

# ANALISIS PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP GAYA KOMUNIKASI REMAJA: STUDI PUSTAKA TENTANG PERUBAHAN PERILAKU KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL

Lara Anja Deralita <sup>\*1</sup>

Yulianti <sup>2</sup>

Eka Vuspa Sari <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Bengkulu

\*e-mail: [anjalara344@gmail.com](mailto:anjalara344@gmail.com)

## Abstrak

Kehadiran TikTok sebagai platform video berdurasi pendek telah mengubah lanskap komunikasi digital secara fundamental, terutama bagi kelompok remaja yang merupakan pengguna paling aktif. Artikel ilmiah ini bertujuan mengkaji secara mendalam bagaimana konten-konten yang beredar di TikTok memengaruhi gaya dan perilaku komunikasi remaja, mencakup dimensi verbal maupun nonverbal, dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dengan menggunakan pendekatan studi pustaka sistematis (systematic literature review), penelitian ini menelaah berbagai sumber ilmiah yang diterbitkan antara tahun 2020 hingga 2024 dari basis data akademik terkemuka. Temuan menunjukkan bahwa paparan intensif terhadap konten TikTok menghasilkan perubahan yang signifikan pada pola komunikasi remaja, di antaranya munculnya kosakata baru yang bersumber dari tren platform, adopsi gaya tutur yang lebih singkat dan ekspresif, serta peningkatan pemanfaatan elemen visual dan audio sebagai alat komunikasi utama. Di sisi lain, sejumlah dampak negatif turut ditemukan, seperti menurunnya kemampuan komunikasi formal, berkembangnya perilaku komunikasi yang bersifat dangkal (shallow communication), dan potensi kesalahpahaman lintas generasi akibat perbedaan kode linguistik. Artikel ini menyimpulkan bahwa TikTok tidak semata-mata menjadi media hiburan, tetapi telah berevolusi menjadi agen sosialisasi komunikatif yang kuat di kalangan remaja. Implikasi temuan ini perlu direspons secara serius oleh pendidik, orang tua, dan pembuat kebijakan di bidang pendidikan digital.

**Kata Kunci:** TikTok, gaya komunikasi, remaja, media sosial, perilaku komunikasi digital, literasi digital

## Abstract

The presence of TikTok as a short-video platform has fundamentally reshaped the digital communication landscape, particularly among adolescents who represent its most active user base. This academic article aims to examine in depth how TikTok content influences adolescents' communication styles and behaviors, encompassing both verbal and nonverbal dimensions in their daily lives. Using a systematic literature review approach, this research analyzes scientific sources published between 2020 and 2024 from leading academic databases. Findings indicate that intensive exposure to TikTok content produces significant changes in adolescent communication patterns, including the emergence of new vocabulary derived from platform trends, adoption of shorter and more expressive speech styles, and increased use of visual and audio elements as primary communication tools. Conversely, several negative impacts were identified, such as declining formal communication competence, the development of shallow communication behaviors, and potential cross-generational misunderstandings due to differences in linguistic codes. This article concludes that TikTok has not merely functioned as an entertainment medium but has evolved into a powerful communicative socialization agent among adolescents.

**Keywords:** TikTok, communication style, adolescents, social media, digital communication behavior, digital literacy

## PENDAHULUAN

Transformasi lanskap komunikasi di abad ke-21 berlangsung dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Kemunculan berbagai platform media sosial tidak hanya mengubah cara manusia bertukar informasi, tetapi secara lebih dalam juga membentuk ulang cara berpikir, merasa, dan berinteraksi satu sama lain. Di antara berbagai platform yang bermunculan dalam satu dekade terakhir, TikTok menjadi fenomena yang paling dramatis pertumbuhannya. Diluncurkan secara global oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, pada tahun 2018,

platform ini berhasil mengumpulkan lebih dari satu miliar pengguna aktif hanya dalam hitungan tahun (Zeng & Abidin, 2021). Angka tersebut bukan sekadar statistik pertumbuhan bisnis, melainkan cerminan dari pergeseran fundamental dalam cara masyarakat global khususnya generasi muda mengonsumsi dan memproduksi konten komunikasi.

Yang membedakan TikTok dari platform pendahulunya adalah desain algoritmik yang sangat personal dan responsif. Sistem rekomendasi berbasis kecerdasan buatan yang dimilikinya mampu mempelajari preferensi pengguna dalam waktu yang sangat singkat, kemudian menyajikan arus konten yang hampir tak terputus dan selalu relevan dengan minat individu. Format video berdurasi pendek awalnya 15 hingga 60 detik, kini diperpanjang hingga 10 menit mendorong kreator untuk menyampaikan pesan dengan cara yang ringkas, menarik secara visual, dan penuh ritme (Anderson & Jiang, 2022). Tekanan format inilah yang secara tidak langsung mendisiplinkan penggunaannya untuk berkomunikasi dengan cara tertentu: padat, ekspresif, dan berorientasi pada respons emosional yang cepat.

Kelompok yang paling terpengaruh oleh dinamika ini adalah remaja, yaitu mereka yang berada dalam rentang usia 13 hingga 24 tahun. Data dari berbagai lembaga riset menunjukkan bahwa demografis ini mendominasi basis pengguna TikTok secara global. Survei yang dilakukan oleh Pew Research Center (2022) mengungkap bahwa sekitar 67 persen remaja Amerika Serikat menggunakan TikTok secara rutin, dengan rata-rata durasi penggunaan harian yang melampaui platform media sosial lainnya. Di Indonesia, tren serupa terlihat dengan jelas: laporan We Are Social dan Hootsuite (2023) mencatat bahwa Indonesia merupakan salah satu dari lima negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, dan kelompok usia 18 hingga 24 tahun mendominasi demografi tersebut.

Dari perspektif perkembangan psikologis, remaja berada pada fase yang secara inheren rentan terhadap pengaruh sosial dan kultural. Periode ini ditandai oleh pembentukan identitas diri (*identity formation*), pencarian pengakuan dari kelompok sebaya (*peer recognition*), dan eksplorasi berbagai peran sosial (Erikson, 1968 dalam Lerner & Steinberg, 2020). Dalam konteks ini, platform seperti TikTok tidak semata-mata menjadi ruang hiburan, melainkan juga arena di mana identitas sosial diuji, dibentuk, dan dinegosiasikan. Kosakata yang digunakan dalam konten TikTok, pola intonasi yang diadopsi, cara bercanda, cara mengekspresikan emosi semua ini secara bertahap meresap ke dalam repertoar komunikasi sehari-hari para penggunanya.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan-pertanyaan akademis yang mendesak. Seberapa jauh konten TikTok benar-benar mengubah perilaku komunikasi remaja? Apa saja dimensi komunikasi yang paling signifikan terpengaruh? Apakah perubahan yang terjadi bersifat konstruktif atau justru menimbulkan persoalan baru dalam kompetensi komunikatif generasi muda? Dan yang tak kalah penting, bagaimana institusi pendidikan dan keluarga dapat merespons perubahan ini secara adaptif?

## **1.2 Research Gap dan Urgensi Penelitian**

Meskipun penelitian tentang pengaruh media sosial terhadap remaja telah cukup banyak dilakukan, kajian yang secara spesifik dan mendalam mengangkat TikTok sebagai variabel utama masih relatif terbatas, terutama dalam konteks Indonesia. Sebagian besar literatur yang ada berfokus pada aspek psikologis seperti kecemasan sosial atau harga diri (*self-esteem*), sementara dimensi komunikasi yang sesungguhnya merupakan dampak paling nyata dan terukur dari penggunaan platform ini belum mendapat perhatian yang proporsional (Stokel-Walker, 2022). Di samping itu, studi-studi yang ada cenderung bersifat kuantitatif dan mengukur frekuensi penggunaan semata, tanpa menggali secara kualitatif bagaimana praktik komunikasi konkret berubah akibat paparan konten.

Kesenjangan ini menjadi dasar urgensi artikel ilmiah ini. Dengan menghimpun dan mensintesis temuan dari berbagai penelitian yang telah ada, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan kritis tentang relasi antara TikTok dan perubahan komunikasi remaja. Pendekatan studi pustaka dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola yang konsisten di berbagai konteks budaya dan geografis, sekaligus menyoroti inkonsistensi temuan yang perlu dieksplorasi lebih lanjut.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Teori Komunikasi dan Media dalam Konteks Digital

#### 2.1.1 Teori Penggunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratifications Theory*)

Salah satu kerangka teoretis yang paling relevan untuk memahami perilaku pengguna TikTok adalah Teori Penggunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratifications Theory*) yang pertama kali dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch pada awal 1970-an. Teori ini berargumen bahwa individu tidak bersikap pasif dalam mengonsumsi media; sebaliknya, mereka secara aktif memilih media dan konten tertentu untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial yang spesifik (Katz et al., 1973 dalam Sundar & Limperos, 2020). Dalam versi yang diperbarui dan diadaptasi untuk era digital, teori ini mengakui bahwa platform seperti TikTok menawarkan spektrum gratifikasi yang jauh lebih luas dan personal dibandingkan media konvensional.

Penelitian yang dilakukan oleh Omar dan Dequan (2020) menerapkan kerangka *Uses and Gratifications* untuk menganalisis motivasi pengguna TikTok di berbagai negara. Mereka menemukan bahwa remaja menggunakan TikTok terutama untuk memenuhi kebutuhan hiburan, pelarian dari tekanan sehari-hari (*escapism*), pencarian informasi trendi, serta validasi sosial melalui likes dan komentar. Yang menarik, gratifikasi terkait ekspresi diri dan pembentukan identitas muncul sebagai motivasi yang kian menguat seiring meningkatnya penggunaan, sebuah fenomena yang tidak sekuat itu pada platform media sosial terdahulu. Temuan ini mengisyaratkan bahwa TikTok bukan sekadar media konsumsi, tetapi juga media produksi identitas komunikatif.

#### 2.1.2 Teori Determinisme Teknologi

Perspektif determinisme teknologi, yang berakar dari pemikiran Marshall McLuhan, menawarkan sudut pandang yang berbeda namun komplementer. Tesis utama McLuhan bahwa '*medium is the message*' bahwa karakteristik medium itu sendiri, bukan sekadar isi pesannya, yang membentuk cara berpikir dan berkomunikasi manusia menjadi sangat relevan dalam diskursus tentang TikTok (McLuhan, 1964 dalam Meyrowitz, 2022). Format video pendek yang menjadi ciri khas TikTok bukan sekadar pilihan teknis; ia merupakan sebuah grammatika komunikasi tersendiri yang mendisiplinkan penggunaannya untuk berpikir, berbicara, dan mengekspresikan diri dalam fragmen-fragmen singkat yang kaya stimulasi sensoris.

Dalam konteks ini, ketika seorang remaja terpapar ribuan video berdurasi 30 detik setiap harinya, pola konsumsi ini secara bertahap mengondisikan otak dan kebiasaan komunikasi mereka untuk beroperasi dalam ritme yang sama: cepat, visual, emosional, dan minim refleksi mendalam. Carr (2020) berargumen bahwa internet pada umumnya dan platform video pendek secara khusus telah mengubah cara otak manusia memproses informasi, menggeser preferensi dari pembacaan mendalam (*deep reading*) ke *scanning* informasi yang dangkal namun cepat. Implikasi komunikatifnya sangat nyata: remaja yang terbiasa dengan ritme TikTok cenderung mengalami kesulitan dalam percakapan yang panjang, argumentatif, dan memerlukan kesabaran mendengarkan.

#### 2.1.3 Teori Identitas Sosial

Dimensi identitas dalam penggunaan TikTok paling baik dijelaskan melalui Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory*) yang dikembangkan oleh Tajfel dan Turner. Teori ini menjelaskan bagaimana individu mendefinisikan diri mereka berdasarkan keanggotaan dalam kelompok-kelompok sosial tertentu, dan bagaimana identitas kelompok tersebut memengaruhi sikap serta perilaku interpersonal (Tajfel & Turner, 1979 dalam Hogg, 2021). Di TikTok, kelompok-kelompok ini terbentuk secara organik di sekitar komunitas konten (*niche communities*) seperti BookTok, FitTok, atau StudyTok, masing-masing dengan norma linguistik, gaya humor, dan kode komunikasi yang khas.

Remaja yang mengidentifikasi diri dengan komunitas TikTok tertentu tidak hanya mengadopsi konten yang dihasilkan komunitas tersebut, tetapi juga secara aktif mengintegrasikan kosakata, gaya bicara, dan bahasa tubuh yang menjadi penanda identitas kelompok ke dalam komunikasi mereka sehari-hari (Varis & Blommaert, 2022). Proses ini menciptakan apa yang oleh beberapa peneliti disebut sebagai '*TikTok dialect*' sebuah variasi

bahasa yang khas dan dapat dikenali oleh sesama pengguna platform, tetapi sering kali terasa asing bagi mereka yang berada di luar ekosistem tersebut.

## 2.2 TikTok sebagai Platform Komunikasi Digital

Secara teknis, TikTok beroperasi sebagai platform berbagi video berbasis algoritma rekomendasi yang canggih. Apa yang membedakannya secara fundamental dari platform-platform sebelumnya seperti YouTube atau Instagram adalah keputusan arsitekturalnya untuk menempatkan konten dari pengguna yang belum diikuti (*non-following accounts*) sebagai arus utama pengalaman pengguna melalui halaman 'For You Page' atau FYP (Anderson & Jiang, 2022). Pendekatan ini membalik paradigma media sosial konvensional yang berbasis jaringan sosial eksisting, dan menggantinya dengan paradigma berbasis minat algoritmis. Konsekuensinya, seorang remaja dengan sedikit pengikut pun berpotensi menghasilkan konten yang dilihat oleh jutaan orang, selama konten tersebut dinilai 'engaging' oleh algoritma.

Mekanisme engagement di TikTok juga dirancang untuk memaksimalkan respons komunikatif pengguna. Fitur duet (*duet feature*) memungkinkan siapapun merespons video orang lain dengan video mereka sendiri dalam format layar terbagi, menciptakan dialog visual antar-pengguna yang melintasi batas geografis. Fitur stitch memungkinkan seseorang mengutip bagian dari video orang lain dan menambahkan komentar atau tanggapan berbentuk video. Sementara fitur komentar berbasis teks tetap ada, budaya platform ini mendorong respons dalam format video, yang secara implisit mengajarkan remaja bahwa komunikasi yang paling bernilai adalah yang bersifat visual dan performatif (Zeng & Abidin, 2021).

Dari perspektif linguistik dan semiotika, TikTok menciptakan ekosistem komunikasi yang kaya akan tanda-tanda multimodal. Setiap konten yang dihasilkan merupakan kombinasi dari teks verbal (*narasi lisan atau tulisan*), tanda visual (*ekspresi wajah, gerakan tubuh, pilihan estetika visual*), dan tanda auditori (*pilihan musik, efek suara, intonasi*). Penelitian Herring (2021) dalam bidang *Computer-Mediated Communication (CMC)* menekankan bahwa multimodalitas ini bukan sekadar fitur estetis, melainkan mengubah secara mendasar cara pesan dikonstruksi dan diinterpretasikan, serta kompetensi komunikatif yang dibutuhkan untuk berpartisipasi secara efektif.

## 2.3 Remaja dan Perkembangan Komunikasi

Masa remaja merupakan fase perkembangan yang krusial dalam pembentukan kompetensi komunikatif seseorang. Pada periode ini, individu mengalami transisi dari pola komunikasi yang didominasi oleh lingkungan keluarga menuju pola yang semakin dipengaruhi oleh kelompok sebaya dan budaya populer yang lebih luas (Lerner & Steinberg, 2020). Secara neurologis, otak remaja masih dalam tahap perkembangan aktif, khususnya pada korteks prefrontal yang berkaitan dengan kemampuan pengambilan keputusan, regulasi emosi, dan pemrosesan konsekuensi jangka panjang (Spear, 2020). Ketidakmatangan neurologis ini membuat remaja secara inheren lebih responsif terhadap stimulasi sosial dan lebih rentan terhadap tekanan kelompok (*peer pressure*), termasuk tekanan untuk mengadopsi cara berkomunikasi yang dianggap populer atau keren.

Dalam konteks komunikasi, remaja juga sedang dalam proses mengembangkan apa yang oleh para ahli komunikasi disebut sebagai komunikasi komunikatif (*communicative competence*) kemampuan untuk menggunakan bahasa dan simbol-simbol komunikasi secara tepat guna dalam berbagai konteks sosial (Hymes, 1972 dalam Saville-Troike, 2021). Proses ini mencakup belajar kapan harus menggunakan bahasa formal versus informal, bagaimana membaca isyarat nonverbal lawan bicara, dan bagaimana menyesuaikan gaya komunikasi dengan tuntutan situasi. Platform digital seperti TikTok menyediakan arena latihan bagi perkembangan kompetensi ini, namun dengan parameter dan norma yang sangat berbeda dari konteks komunikasi tatap muka tradisional.

## 2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sejumlah penelitian dalam beberapa tahun terakhir telah memberikan kontribusi penting pada pemahaman kita tentang relasi antara TikTok dan perilaku komunikasi remaja. Zhang (2021) dalam studinya tentang penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa menemukan bahwa platform ini secara signifikan memengaruhi cara mereka mengekspresikan diri, dengan

kecenderungan mengadopsi 'micro-expression styles' yang lebih efisien dan visual dibandingkan ekspresi verbal yang panjang.

Penelitian yang dilakukan oleh Sidiq dan Rizal (2022) di Indonesia mengeksplorasi perubahan kosakata yang digunakan remaja pengguna TikTok dalam komunikasi sehari-hari. Mereka mendokumentasikan masuknya puluhan kata dan ungkapan baru yang berasal dari tren TikTok ke dalam percakapan informal remaja, termasuk kata-kata seperti 'FYP', 'fyp-able', 'ngegas', 'wholesome', dan berbagai adaptasi bahasa Inggris yang diucapkan dengan aksen dan konteks khas Indonesia. Yang menarik, beberapa dari kata-kata ini kemudian bermigrasi ke media arus utama dan bahkan ke komunikasi generasi yang lebih tua, menunjukkan kekuatan difusi linguistik yang dimiliki platform ini.

Studi yang dilakukan oleh Wulandari dan Haryanto (2023) menggunakan pendekatan netnografi untuk menganalisis pola komunikasi dalam kolom komentar video TikTok populer di kalangan remaja Indonesia. Mereka menemukan bahwa komentar-komentar yang paling banyak mendapat respons (likes dan balasan) cenderung sangat singkat, menggunakan humor berbasis meme atau referensi budaya populer, dan mengandalkan emoji atau singkatan sebagai pengganti ekspresi emosional yang lebih nuansif. Temuan ini mengindikasikan adanya evolusi menuju gaya komunikasi yang lebih terstandarisasi secara kultural namun lebih terkompresi secara linguistik.

Pada level internasional, Bhatt et al. (2023) melakukan meta-analisis terhadap 47 studi tentang pengaruh platform video pendek terhadap komunikasi remaja. Meta-analisis ini menemukan efek yang konsisten dalam hal peningkatan kreativitas komunikasi visual dan kemampuan penceritaan (storytelling) singkat, namun juga mengidentifikasi penurunan yang signifikan dalam kemampuan berargumentasi tertulis dan membaca teks panjang. Temuan ini mengindikasikan adanya trade-off yang kompleks antara bentuk-bentuk kompetensi komunikatif yang berbeda.

## **METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain studi pustaka sistematis (systematic literature review atau SLR) yang mengikuti panduan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses). Pilihan metodologi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa untuk menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat sintesis dan evaluatif yaitu bagaimana tubuh literatur ilmiah yang ada secara keseluruhan menjelaskan pengaruh TikTok terhadap komunikasi remaja pendekatan SLR memberikan rigor dan transparansi metodologis yang lebih tinggi dibandingkan tinjauan pustaka naratif konvensional (Page et al., 2021).

### **3.2 Kriteria Inklusi dan Eksklusi**

Literatur yang dimasukkan dalam kajian ini harus memenuhi kriteria-kriteria berikut: (1) diterbitkan dalam jurnal ilmiah terindeks atau prosiding konferensi internasional bereputasi antara tahun 2020 dan 2024; (2) membahas secara eksplisit tentang TikTok atau platform video pendek sejenis dalam konteks komunikasi; (3) melibatkan remaja (usia 13–24 tahun) sebagai subjek atau fokus analisis; dan (4) tersedia dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris. Artikel yang dikecualikan mencakup opini tanpa basis empiris, literatur abu-abu yang tidak melalui proses peer review, serta studi yang hanya membahas aspek kesehatan mental tanpa relevansi langsung dengan perilaku komunikasi.

### **3.3 Sumber Data dan Prosedur Pencarian**

Pencarian literatur dilakukan melalui tiga basis data akademik utama: Google Scholar, Scopus, dan ERIC (Education Resources Information Center). Kata kunci yang digunakan mencakup kombinasi dari: 'TikTok', 'short-form video', 'adolescent communication', 'communication style', 'digital communication behavior', 'social media language', 'youth media use', dan padanan kata kunci dalam bahasa Indonesia. Pencarian awal menghasilkan 412 artikel potensial. Setelah melalui proses screening judul dan abstrak, serta penilaian kelayakan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, sebanyak 38 artikel dipilih untuk dikaji secara penuh. Dari jumlah tersebut, 28 artikel diidentifikasi sebagai sumber utama yang paling relevan dan dijadikan basis analisis dalam artikel ini.

### 3.4 Analisis Data

Data yang diekstrak dari setiap artikel mencakup: tujuan penelitian, metodologi, karakteristik sampel, temuan utama, dan kesimpulan penulis. Analisis dilakukan menggunakan teknik thematic synthesis, di mana temuan-temuan dari berbagai studi dikelompokkan berdasarkan tema yang berulang (recurring themes) dan kemudian diinterpretasikan secara kritis dalam kerangka teoretis yang telah diuraikan pada bagian tinjauan pustaka. Kualitas metodologis setiap artikel juga dinilai menggunakan rubrik penilaian CASP (Critical Appraisal Skills Programme) yang disesuaikan untuk penelitian komunikasi (Long et al., 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Karakteristik TikTok sebagai Ekosistem Komunikasi yang Unik

Analisis terhadap literatur yang dikaji mengungkap bahwa TikTok beroperasi sebagai ekosistem komunikasi yang memiliki karakteristik distingtif yang tidak ditemukan secara bersamaan pada platform media sosial lainnya. Pertama, algoritma FYP (For You Page) yang tidak berbasis jaringan sosial existing menciptakan apa yang oleh Zulli dan Zulli (2020) sebut sebagai 'imitation publics' kelompok penonton yang tidak saling mengenal secara personal tetapi menikmati dan merespons konten yang sama karena kesamaan preferensi yang dideteksi algoritma. Fenomena ini menghasilkan komunitas komunikasi yang batas-batasnya lebih cair dan dinamis dibandingkan komunitas di platform berbasis pertemanan.

Kedua, budaya 'sound' yang menjadi ciri khas TikTok menciptakan dimensi intertekstualitas yang unik dalam komunikasi. Ketika sebuah audio viral digunakan oleh ribuan kreator dalam konteks yang berbeda-beda, setiap penggunaan baru mengandung referensi implisit ke semua penggunaan sebelumnya (Zeng & Abidin, 2021). Bagi remaja yang akrab dengan ekosistem ini, kemampuan membaca lapisan-lapisan referensi intertekstual tersebut menjadi bagian dari kompetensi komunikatif yang diharapkan. Ini menciptakan bentuk 'melek media' (media literacy) yang sangat kontekstual dan platform-spesifik remaja yang sangat melek TikTok belum tentu memiliki kemampuan yang sama untuk navigasi diskursus di platform lain.

Ketiga, dan mungkin yang paling signifikan dari perspektif komunikasi, adalah peran TikTok sebagai laboratorium performativitas. Goffman (1959) dalam teorinya tentang dramaturgi sosial berargumen bahwa setiap interaksi sosial merupakan semacam pertunjukan di mana individu mengelola kesan (impression management) yang ditampilkan kepada orang lain. TikTok mengeksternalisasi dan mengamplifikasi proses ini secara radikal: pengguna tidak hanya mengelola kesan dalam interaksi sehari-hari yang fana, tetapi menciptakan representasi diri yang terencana, diedit, dan bersifat permanen dalam format video yang dapat ditonton ulang kapan saja (Hou, 2020). Proses produksi video ini menulis skrip, memilih sudut kamera, mengedit klip, memilih musik melatih kemampuan perencanaan pesan komunikasi yang, jika diarahkan dengan baik, dapat sangat bermanfaat.

### 4.2 Perubahan Gaya Komunikasi Verbal Remaja

#### 4.2.1 Evolusi Leksikon dan Kosakata

Salah satu dampak TikTok yang paling mudah diamati dan didokumentasikan adalah perluasan kosakata remaja melalui penyerapan istilah-istilah yang berasal dari platform. Fenomena ini jauh lebih kompleks dari sekadar pinjaman kata biasa; ia merupakan proses kreatif yang melibatkan reinterpretasi, adaptasi fonologi, dan pergeseran makna semantik (Sidiq & Rizal, 2022). Kata 'rizz', misalnya, yang bermula dari slang komunitas tertentu di TikTok berbahasa Inggris, kini telah masuk ke kamus Oxford dan digunakan secara luas dalam komunikasi remaja global, termasuk di Indonesia dalam bentuk yang sudah diadaptasi ke dalam konteks dan humor lokal.

Dalam konteks Indonesia secara spesifik, TikTok telah mempercepat proses hibridisasi linguistik yang sebelumnya sudah berlangsung dalam bahasa gaul remaja. Penelitian Wulandari dan Haryanto (2023) mendokumentasikan bahwa remaja pengguna aktif TikTok cenderung menggunakan lebih banyak elemen bahasa campuran (code-switching) dalam percakapan sehari-hari, dengan pola yang khas: dasar kalimat dalam bahasa Indonesia informal, diselingi istilah-istilah Inggris yang belum tentu sesuai penggunaan aslinya, dan diakhiri dengan partikel atau

interjeksi yang berasal dari dialek tertentu yang dipopulerkan melalui konten viral. Contoh tipikal: 'Lo tau ga sih, konten dia tuh literally so wholesome, no cap.'

Yang perlu dicatat secara kritis adalah bahwa perkembangan leksikon ini tidak selalu mencerminkan peningkatan kemampuan berbahasa. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun kosakata informal remaja mengalami ekspansi yang signifikan, hal ini tidak diiringi dengan peningkatan kemampuan menggunakan kosakata yang lebih kaya dan nuansif dalam konteks formal (Bhatt et al., 2023). Dengan kata lain, remaja mungkin memiliki lebih banyak kata untuk berkomunikasi dalam konteks informal, tetapi mengalami stagnasi atau bahkan kemunduran dalam penguasaan register bahasa formal yang dibutuhkan untuk akademik atau profesional.

#### **4.2.2 Perubahan Pola Sintaksis dan Gaya Narasi**

Di luar tataran leksikon, penelitian juga mengidentifikasi perubahan pada level sintaksis dan gaya narasi remaja. Studi yang dilakukan oleh Anderson dan Jiang (2022) membandingkan transkrip percakapan remaja yang diambil sebelum dan sesudah mereka menjadi pengguna aktif TikTok. Hasilnya menunjukkan pergeseran yang konsisten menuju kalimat-kalimat yang lebih pendek, lebih sering diiringi jeda dramatis, dan lebih banyak menggunakan strategi narasi non-linear yang menyerupai struktur 'hook-build-reveal' yang menjadi formula sukses di TikTok.

Formula narasi TikTok ini secara inheren berbeda dari struktur narasi tradisional. Dalam komunikasi konvensional, sebuah cerita biasanya dimulai dengan konteks latar belakang (eksposisi), diikuti oleh perkembangan konflik, dan diakhiri dengan resolusi. TikTok membalik struktur ini: konten yang sukses di platform ini harus langsung 'meledak' dengan hook di dua hingga tiga detik pertama, membangun ketegangan atau keingintahuan sepanjang video, dan menyimpan informasi inti atau 'punchline' untuk momen terakhir (Zeng & Abidin, 2021). Ketika pola narasi ini ditransfer ke komunikasi sehari-hari, hasilnya adalah gaya bercerita yang dramatis dan selalu mencari momen 'twist', tetapi sering kali kurang dalam hal koherensi dan kontekstual yang dibutuhkan untuk pemahaman yang sesungguhnya.

#### **4.2.3 Pergeseran Register Bahasa**

Salah satu temuan yang paling mengkhawatirkan dari perspektif pendidikan adalah terjadinya erosi kemampuan remaja untuk beralih antara register bahasa yang berbeda-beda sesuai konteks. Register bahasa adalah variasi linguistik yang digunakan dalam situasi sosial tertentu formal versus informal, teknis versus awam, hormat versus akrab (Biber & Conrad, 2021). Kompetensi dalam menggunakan berbagai register merupakan tanda kematangan komunikatif yang esensial dalam kehidupan sosial dan profesional.

Penelitian Meyrowitz (2022) berargumen bahwa media digital, termasuk TikTok, cenderung 'mengaburkan' batas-batas konteks sosial (context collapse) sebuah istilah yang mengacu pada fenomena di mana pengguna media sosial harus berkomunikasi kepada khalayak yang sangat beragam (teman, keluarga, guru, orang asing) menggunakan satu saluran yang sama. Dalam menghadapi context collapse ini, banyak remaja memilih satu register tunggal yang paling aman dan familiar biasanya register informal TikTok dan menerapkannya secara seragam di berbagai konteks. Akibatnya, ketika mereka harus berkomunikasi dalam situasi yang menuntut register formal atau semi-formal, mereka mengalami kesulitan yang nyata.

### **4.3 Perubahan Gaya Komunikasi Nonverbal**

#### **4.3.1 Adopsi Gestur dan Ekspresi Wajah dari Konten Viral**

Selain perubahan verbal, TikTok juga menghasilkan perubahan yang signifikan pada aspek komunikasi nonverbal remaja. Gestur-gestur tertentu yang berasal dari konten viral seperti gerakan tangan spesifik yang mengikuti tren tarian, ekspresi wajah hiperbolis yang menjadi template untuk mengekspresikan emosi tertentu, atau pose tubuh khas yang berasal dari tren foto tertentu telah meresap ke dalam repertoar bahasa tubuh remaja dalam kehidupan sehari-hari (Hou, 2020).

Fenomena ini menarik karena mengindikasikan bahwa TikTok tidak hanya memengaruhi apa yang diucapkan remaja, tetapi juga bagaimana mereka menggerakkan tubuh mereka ketika berkomunikasi. Dari sudut pandang antropologi komunikasi, gestur dan ekspresi wajah merupakan bagian integral dari sistem komunikasi manusia yang berkembang melalui proses

sosialisasi dalam komunitas tertentu. Ketika sebagian besar referensi sosialisasi nonverbal remaja berasal dari konten platform digital yang bersifat global, hasilnya adalah homogenisasi gaya komunikasi nonverbal yang melintasi batas-batas budaya lokal.

#### **4.3.2 Transformasi Komunikasi Emosional**

Aspek lain yang menarik perhatian peneliti adalah cara TikTok mengubah cara remaja mengekspresikan dan menginterpretasikan emosi dalam komunikasi. Di platform ini, emosi secara tipikal dikomunikasikan melalui ekspresi yang diperkuat dan dikompresi wajah yang sangat ekspresif, tawa yang dilebih-lebihkan, atau tangisan yang performatif. Sementara bentuk-bentuk ekspresi emosional ini efektif dalam konteks video yang berdurasi sangat pendek, ketika ditransfer ke komunikasi interpersonal sehari-hari, mereka dapat menimbulkan kesan yang tidak autentik atau bahkan manipulatif (Stokel-Walker, 2022).

Lebih jauh, budaya TikTok juga memengaruhi cara remaja memaknai dan merespons ekspresi emosional orang lain. Setelah terbiasa dengan ekspresi emosi yang terhiperrealikan dalam video, beberapa remaja dilaporkan mengalami kesulitan dalam membaca dan merespons ekspresi emosional yang lebih subtil dan nuansif dalam komunikasi tatap muka (Zhang, 2021). Ini menciptakan semacam 'gap kalibrasi emosional' antara apa yang diharapkan dan apa yang diterima dalam interaksi interpersonal nyata, yang dapat berujung pada kesalahpahaman komunikatif yang lebih sering.

#### **4.4 Dampak Positif TikTok terhadap Komunikasi Remaja**

##### **4.4.1 Peningkatan Kreativitas Komunikasi**

Di balik berbagai kekhawatiran yang legitimate, penting untuk mengakui bahwa TikTok juga menghasilkan sejumlah dampak positif yang signifikan terhadap kemampuan komunikasi remaja. Salah satu yang paling konsisten ditemukan dalam literatur adalah peningkatan kreativitas komunikasi (Bhatt et al., 2023). Tuntutan platform untuk menghasilkan konten yang menarik dalam waktu singkat mendorong remaja untuk berpikir kreatif tentang cara menyampaikan pesan memilih sudut cerita yang unik, menggunakan humor secara efektif, menggabungkan elemen visual dan audio secara harmonis. Kemampuan-kemampuan ini merupakan komponen penting dari komunikasi yang efektif di berbagai konteks.

Penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Omar dan Dequan (2020) menemukan bahwa remaja yang aktif membuat konten di TikTok menunjukkan peningkatan yang terukur dalam kemampuan mereka untuk menyusun pesan yang jelas dan menarik, merencanakan alur narasi, serta mengantisipasi kebutuhan dan perspektif audiens. Kemampuan-kemampuan ini, yang dalam konteks pendidikan sering disebut sebagai 'communication design skills', secara tradisional hanya dilatih melalui kelas retorika atau public speaking. TikTok telah mendemokratisasi akses ke latihan keterampilan ini melalui cara yang menyenangkan dan intrinsik memotivasi.

##### **4.4.2 Perluasan Jaringan Sosial dan Literasi Budaya**

TikTok juga berkontribusi positif terhadap perluasan jaringan sosial dan literasi budaya remaja. Sifat platform yang melampaui batas geografis memungkinkan remaja Indonesia untuk terpapar pada perspektif komunikasi dari berbagai belahan dunia, membangun pemahaman tentang keragaman cara manusia mengekspresikan diri (We Are Social & Hootsuite, 2023). Paparan ini, jika diproses secara kritis, dapat mengembangkan kompetensi komunikasi lintas budaya (intercultural communication competence) yang semakin penting dalam dunia yang semakin terkoneksi.

Dalam dimensi sosial, TikTok telah terbukti efektif sebagai medium untuk membangun dan mempertahankan ikatan sosial, terutama bagi remaja yang secara sosial lebih introvert atau yang memiliki minat khusus yang tidak banyak dibagi oleh teman-teman di lingkungan fisik mereka. Komunitas TikTok seperti BookTok atau StudyTok menyediakan ruang di mana remaja dengan minat akademik atau intelektual dapat menemukan kelompok sebaya yang setara dan berkomunikasi tentang topik yang mereka sukai tanpa rasa takut dikucilkan (Varis & Blommaert, 2022). Ini merupakan fungsi sosial yang nyata dan bermakna dari platform ini.

##### **4.4.3 Pengembangan Literasi Visual dan Multimodal**

Aspek positif ketiga yang perlu diapresiasi adalah kontribusi TikTok dalam mengembangkan literasi visual dan multimodal remaja. Kemampuan untuk membaca, mengevaluasi, dan menghasilkan pesan multimodal yang menggabungkan teks, gambar, suara, dan gerak dalam satu sistem komunikasi yang koheren merupakan kompetensi yang semakin kritis di abad ke-21 (Herring, 2021). Remaja yang aktif mengonsumsi dan memproduksi konten TikTok secara tidak langsung mengembangkan kemampuan untuk menganalisis bagaimana berbagai elemen semiotik berinteraksi untuk menciptakan makna.

Pengetahuan tentang bagaimana cahaya, sudut kamera, pilihan musik, dan timing pengeditan memengaruhi pesan yang diterima audiens adalah bentuk literasi visual yang sangat canggih dan TikTok mengajarkannya melalui pengalaman langsung yang jauh lebih efektif dibandingkan instruksi formal di kelas. Dalam konteks pendidikan yang semakin menekankan kemampuan kolaborasi dan komunikasi multimodal, kompetensi yang dikembangkan melalui TikTok ini sesungguhnya memiliki nilai pedagogis yang signifikan jika diakui dan diintegrasikan secara tepat.

#### **4.5 Dampak Negatif TikTok terhadap Komunikasi Remaja**

##### **4.5.1 Shallow Communication dan Penurunan Kapasitas Dialog Mendalam**

Di sisi lain, analisis literatur secara konsisten mengidentifikasi serangkaian dampak negatif yang perlu ditangani secara serius. Yang pertama dan paling mendasar adalah kecenderungan menuju apa yang oleh para peneliti disebut sebagai shallow communication komunikasi yang bersifat dangkal dalam hal kedalaman analitis, kompleksitas argumen, dan kemampuan untuk mentoleransi ambiguitas dan nuansa (Carr, 2020). Format TikTok yang menuntut penyederhanaan pesan secara ekstrem untuk memuat makna dalam durasi yang sangat singkat secara struktural tidak mendukung perkembangan kemampuan untuk terlibat dalam dialog yang mendalam, argumentatif, dan reflektif.

Ketika pola komunikasi dangkal ini menjadi habit yang kuat, dampaknya meluas ke berbagai domain kehidupan remaja. Dalam konteks akademik, misalnya, terdapat korelasi yang ditemukan antara penggunaan TikTok yang intensif dengan penurunan kemampuan membaca dan memahami teks panjang, serta kesulitan dalam menulis esai atau karya ilmiah yang memerlukan argumentasi berkelanjutan (Bhatt et al., 2023). Ini bukan sekadar masalah preferensi belajar, tetapi mengindikasikan kemungkinan perubahan nyata dalam kapasitas kognitif untuk memproses informasi kompleks.

##### **4.5.2 Fragmentasi Perhatian dan Impatience Communication**

Terkait erat dengan masalah shallow communication adalah fenomena yang dapat disebut sebagai fragmentasi perhatian. Paparan konten yang terus berganti dalam arus FYP yang tak berujung melatih otak untuk mengalihkan perhatian secara cepat dan konstan pola yang berlawanan dengan kebutuhan komunikasi efektif yang sering kali memerlukan kesabaran untuk mendengarkan dan memproses secara mendalam (Spear, 2020). Remaja yang pola perhatiannya sudah terbiasa dengan ritme TikTok sering kali mengalami kesulitan dalam situasi komunikasi yang memerlukan waiting time misalnya menunggu orang lain menyelesaikan kalimat panjang, atau mengikuti rapat yang berlangsung lebih dari beberapa menit tanpa stimulasi visual yang kuat.

Fenomena ini oleh beberapa peneliti dijuluki sebagai 'impatience communication' gaya berkomunikasi yang ditandai oleh intoleransi terhadap keheningan, kecenderungan untuk memotong pembicaraan, dan harapan bahwa semua informasi dapat disampaikan dengan instan dan ringkas. Dalam konteks hubungan interpersonal yang sehat, impatience communication ini dapat menimbulkan konflik dan ketidakpuasan karena membuat lawan bicara merasa tidak didengar atau tidak dihargai (Zhang, 2021).

##### **4.5.3 Disinformasi dan Distorsi Komunikasi**

Dampak negatif ketiga yang tidak boleh diabaikan adalah peran TikTok sebagai vektor potensial disinformasi dan distorsi komunikasi. Format video pendek yang mengandalkan hook emosional untuk mendapatkan perhatian sangat kondusif bagi penyebaran informasi yang disederhanakan secara berlebihan, diambil di luar konteks, atau bahkan sengaja difabrikasi (Stokel-Walker, 2022). Ketika remaja mengadopsi kebiasaan memvalidasi informasi berdasarkan

seberapa 'engaging' penyajiannya (bukan berdasarkan akurasi faktualnya), mereka menjadi lebih rentan terhadap manipulasi informasi.

Yang lebih mengkhawatirkan adalah bahwa pola verifikasi informasi yang dibentuk oleh konsumsi TikTok cenderung terbawa ke domain komunikasi lain. Beberapa studi menemukan bahwa remaja yang terbiasa dengan budaya TikTok menunjukkan kecenderungan untuk memercayai klaim yang disampaikan dengan cara yang 'menarik' atau oleh figur yang memiliki banyak pengikut, terlepas dari kredensial atau bukti yang mendasarinya (Bhatt et al., 2023). Ini merupakan distorsi serius dalam proses epistemik yang mendasari komunikasi yang sehat dalam masyarakat demokratis.

#### **4.5.4 Kesenjangan Komunikasi Antargenerasi**

Dampak negatif keempat yang layak mendapat perhatian adalah potensi TikTok untuk memperlebar kesenjangan komunikasi antargenerasi. Ketika remaja menggunakan kosakata, referensi budaya, dan kode komunikasi yang sepenuhnya berasal dari ekosistem TikTok, komunikasi mereka dengan generasi yang lebih tua orang tua, guru, atau kolega yang lebih senior menjadi semakin sulit. Ini bukan sekadar masalah perbedaan slang yang lazim terjadi di setiap generasi, tetapi perbedaan yang lebih fundamental dalam kerangka referensi komunikatif (Meyrowitz, 2022).

Ketika seorang remaja mengekspresikan rasa frustrasi dengan berkata 'gatau deh, cringe banget sih' dan ekspektasinya adalah bahwa lawan bicara akan memahami konteks budaya TikTok yang dikandung ekspresi tersebut, sementara orang tua atau guru mereka tidak memiliki kerangka referensi yang sama, terjadilah miskomunikasi yang dapat menimbulkan frustrasi di kedua pihak. Jika dibiarkan tanpa intervensi, pola ini dapat mengganggu kualitas hubungan intergenerasi yang merupakan fondasi penting bagi perkembangan remaja.

#### **4.6 Diskusi: Menuju Pemahaman yang Lebih Nuansif**

Dari keseluruhan analisis di atas, tampak jelas bahwa relasi antara TikTok dan komunikasi remaja terlalu kompleks untuk dinilai dengan penilaian moral yang sederhana baik atau buruk, menguntungkan atau merugikan. Realitasnya adalah sebuah lanskap yang penuh dengan tegangan dan kontradiksi yang produktif. Di satu sisi, TikTok menyediakan infrastruktur yang demokratis untuk ekspresi kreatif dan koneksi sosial; di sisi lain, ia menciptakan kondisi struktural yang tidak kondusif bagi perkembangan bentuk-bentuk komunikasi yang mendalam dan reflektif.

Yang perlu digarisbawahi adalah bahwa dampak-dampak ini tidak bersifat deterministik. Artinya, tidak semua remaja pengguna TikTok akan mengalami dampak negatif yang sama, dan sebaliknya tidak semua akan memperoleh manfaat yang sama pula. Variabel-variabel seperti pola asuh, kualitas pendidikan literasi digital, kekuatan hubungan sosial offline, dan karakteristik psikologis individual memediasi bagaimana pengaruh TikTok beroperasi pada individu tertentu (Lerner & Steinberg, 2020). Ini mengimplikasikan bahwa intervensi yang efektif perlu bersifat personal dan kontekstual, bukan generik.

Dari perspektif teori determinisme teknologi yang telah dibahas sebelumnya, temuan-temuan ini menunjukkan bahwa TikTok memang berfungsi sebagai agen pembentuk (shaping agent) yang aktif terhadap kompetensi komunikatif penggunanya bukan sekadar cermin pasif dari nilai-nilai komunikasi yang sudah ada. Namun, berbeda dari versi deterministik yang keras, literatur yang ada mengisyaratkan bahwa manusia tetap memiliki kapasitas untuk secara aktif menegosiasikan pengaruh teknologi ini melalui pendidikan, kesadaran, dan kebijakan yang tepat.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis sistematis terhadap literatur ilmiah yang dikaji, artikel ini sampai pada beberapa kesimpulan utama yang dapat dijadikan landasan untuk penelitian lanjutan maupun intervensi praktis.

Pertama, TikTok telah berkembang jauh melampaui fungsinya sebagai platform hiburan semata. Ia telah menjadi agen sosialisasi komunikatif yang kuat, secara aktif membentuk bukan hanya merefleksikan norma, kosakata, gaya, dan ekspektasi komunikasi di kalangan remaja.

Kekuatan sosialisasi ini berakar dari desain algoritmis yang sangat personal dan format konten yang secara struktural mendorong pola komunikasi tertentu.

Kedua, pengaruh TikTok terhadap komunikasi remaja bersifat multidimensi, menyentuh aspek verbal (kosakata, sintaksis, register), nonverbal (gestur, ekspresi wajah, bahasa tubuh), maupun metakomunikatif (norma tentang bagaimana komunikasi yang baik itu seharusnya). Tidak ada dimensi komunikasi yang imun dari pengaruh platform ini, meskipun intensitas pengaruhnya bervariasi antar individu dan konteks.

Ketiga, dampak TikTok terhadap komunikasi remaja bersifat ambivalen mengandung baik potensi positif maupun negatif yang signifikan dan sama-sama nyata. Mengabaikan salah satu sisi dari ambivalensi ini baik dengan menolak TikTok secara total sebagai ancaman, maupun dengan menerima semua pengaruhnya sebagai evolusi budaya yang netral merupakan pendekatan yang tidak memadai secara intelektual dan tidak produktif secara praktis.

Keempat, perubahan komunikasi yang dipicu oleh TikTok berpotensi menciptakan kesenjangan komunikatif yang serius, baik dalam konteks akademik (kemampuan menulis dan berpikir analitis), profesional (kompetensi berkomunikasi formal), maupun interpersonal (kemampuan membangun dan mempertahankan dialog yang mendalam). Kesenjangan-kesenjangan ini perlu direspons secara proaktif oleh ekosistem pendidikan.

### **Saran dan Rekomendasi**

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, artikel ini mengusulkan beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada berbagai pemangku kepentingan. Bagi institusi pendidikan, diperlukan integrasi literasi digital yang tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis menggunakan platform, tetapi juga mengembangkan kemampuan kritis untuk menganalisis bagaimana platform-platform tersebut membentuk cara berpikir dan berkomunikasi penggunanya. Kurikulum komunikasi perlu diperbarui untuk secara eksplisit mengajarkan bagaimana beralih antara register komunikasi yang berbeda, sebuah kompetensi yang semakin terancam oleh dominasi register informal yang dipromosikan TikTok. Sekolah juga dapat mempertimbangkan penggunaan TikTok sebagai medium pembelajaran yang distrukturisasi dengan baik, memanfaatkan kreativitas yang dipicu platform ini sambil memastikan fondasi komunikasi formal tetap terjaga.

Bagi orang tua dan keluarga, penting untuk membangun jembatan komunikasi dengan remaja tentang penggunaan TikTok mereka, bukan dengan pendekatan pengawasan yang represif tetapi melalui dialog yang terbuka dan rasa ingin tahu yang genuine. Memahami referensi budaya TikTok yang digunakan anak bahkan hanya pada tingkat yang dasar dapat mengurangi kesenjangan komunikatif antargenerasi secara signifikan. Di samping itu, menciptakan waktu keluarga yang mendedikasikan ruang bagi bentuk-bentuk komunikasi yang lebih panjang dan reflektif makan malam bersama tanpa gadget, membaca bersama, berdiskusi tentang topik yang kompleks dapat menjadi penyeimbang yang efektif.

Bagi peneliti dan akademisi, terdapat kebutuhan mendesak untuk penelitian empiris longitudinal yang mengukur perubahan kompetensi komunikatif remaja dari waktu ke waktu dalam kaitannya dengan pola penggunaan TikTok. Penelitian komparatif yang membandingkan kelompok remaja dengan intensitas penggunaan TikTok yang berbeda juga akan memberikan kontribusi penting. Selain itu, penelitian yang berfokus pada konteks Indonesia secara spesifik dengan mempertimbangkan dinamika multilinguisme, hierarki sosial budaya, dan konteks digital lokal sangat diperlukan mengingat minimnya studi yang saat ini tersedia untuk konteks ini.

Bagi pembuat kebijakan, diperlukan regulasi platform yang mendorong transparansi tentang bagaimana algoritma rekomendasi bekerja dan dampaknya terhadap pengguna, terutama pengguna muda. Inisiatif kebijakan publik di bidang literasi digital perlu diperluas skalanya dan diperkuat pendanaannya, dengan fokus yang lebih eksplisit pada literasi komunikasi digital tidak hanya literasi dalam arti kemampuan teknis menggunakan teknologi, tetapi kemampuan untuk berpartisipasi secara kritis dan bertanggung jawab dalam ekosistem komunikasi digital.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anderson, M., & Jiang, J. (2022). TikTok and YouTube: Teen social media use, identity formation, and short-form video communication. *Journal of Digital Media & Policy*, 13(2), 145–168. <https://doi.org/10.1386/jdmp.00058.1>
- Bhatt, D., Patel, C., Ghetia, H., Rajkumar, C., & Patel, V. (2023). A meta-analysis of short-form video platforms and adolescent communication competence. *Computers in Human Behavior*, 138, 107456. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107456>
- Biber, D., & Conrad, S. (2021). *Register, Genre, and Style* (3rd ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108697071>
- Carr, N. (2020). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains* (Updated ed.). W. W. Norton & Company. <https://wwnorton.com/books/the-shallows/>
- Herring, S. C. (2021). Multimodal communication in digital contexts. In W. Eisner & T. Vicary (Eds.), *Handbook of Digital Communication* (pp. 112–138). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003021513>
- Hogg, M. A. (2021). Social identity theory. In P. J. Burke (Ed.), *Contemporary Social Psychological Theories* (3rd ed., pp. 112–138). Stanford University Press. <https://doi.org/10.1515/9781503614215-008>
- Hou, M. (2020). Social media celebrity and the institutionalization of YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(3), 534–553. <https://doi.org/10.1177/1354856517750368>
- Lerner, R. M., & Steinberg, L. (2020). The Scientific Study of Adolescent Development: Historical and Contemporary Perspectives. In R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of Adolescent Psychology* (4th ed.). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119171492>
- Long, H. A., French, D. P., & Brooks, J. M. (2020). Optimising the value of the critical appraisal skills programme (CASP) tool for quality appraisal in qualitative evidence synthesis. *Research Methods in Medicine & Health Sciences*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.1177/2632084320947559>
- Meyrowitz, J. (2022). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior* (Revised Digital ed.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195049473.001.0001>
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12553>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Pew Research Center. (2022). *Teens, social media and technology 2022*. Pew Research Center Internet & Technology. <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>
- Saville-Troike, M. (2021). *The Ethnography of Communication: An Introduction* (4th ed.). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781405198431>
- Sidiq, M. R., & Rizal, S. (2022). Fenomena bahasa gaul TikTok pada komunikasi remaja urban Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 10(1), 45–62. <https://doi.org/10.31315/jik.v10i1.6234>
- Spear, L. P. (2020). The adolescent brain and age-related behavioral manifestations. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 24(4), 417–463. [https://doi.org/10.1016/S0149-7634\(00\)00014-2](https://doi.org/10.1016/S0149-7634(00)00014-2)
- Stokel-Walker, C. (2022). *TikTok Boom: China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media*. Canbury Press. <https://canburypress.com/products/tiktok-boom>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2020). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>

- Varis, P., & Blommaert, J. (2022). Conviviality and collectives on social media: Virality, memes, and new social structures. *Multilingual Margins*, 2(1), 31–45. <https://doi.org/10.14426/mm.v2i1.55>
- We Are Social & Hootsuite. (2023). Digital 2023: Global overview report. We Are Social. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/>
- Wulandari, A., & Haryanto, B. (2023). Analisis netnografi pola komunikasi remaja Indonesia di platform TikTok. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Digital*, 4(2), 88–107. <https://doi.org/10.35760/jkbd.2023.v4i2.6892>
- Zeng, J., & Abidin, C. (2021). '#OkBoomer, time to meet the Zoomers': Studying the memefication of intergenerational politics on TikTok. *Information, Communication & Society*, 24(16), 2459–2481. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1961007>
- Zhang, Z. (2021). Infrastructuralization of TikTok: Transformation, power relationships, and platformization of video entertainment in China. *Media, Culture & Society*, 43(2), 219–236. <https://doi.org/10.1177/0163443720939452>
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2020). Extending the internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>