



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 13932-13948

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Penerapan Keterbukaan Diri Dalam Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Pengurus Gerakan Pemuda GPIB Mupel Jakarta Timur)

Vanessa Gabriella Divany Darmawan^{1✉}

Universitas Kristen Indonesia

Email: vanessagabrielladd@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini melihat fenomena keterbukaan diri pada pemuda generasi z di media sosial TikTok mengenai keterbukaan diri yang dijadikan sebagai salah satu ide konten kreatif. Fokus penelitian ini pada generasi z terutama pada pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur. Tujuan penelitian ini adalah memahami apa dan bagaimana keterbukaan diri yang dilakukan oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur dalam menunjukkan eksistensi diri melalui bentuk dan cara konten yang dibuat untuk dipublikasi di media sosial TikTok. Kerangka teoritis penelitian ini didasarkan pada Jendela Johari, yang mengelompokkan keterbukaan diri ke dalam empat daerah: daerah terbuka, daerah buta, daerah tersembunyi, dan daerah tidak sadar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara tidak terstruktur untuk menggali perilaku komunikasi pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur pada media sosial TikTok, dengan melihat bagaimana dan cara mereka melakukan keterbukaan diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur melakukan keterbukaan diri dengan cara memperlihatkan diri mereka yang memiliki sifat Fear or Missing Out (FOMO), membahas dan menunjukan mengenai hubungan pacaran (relationship), sindiran, aktivitas dan passion, namun hal itu diseimbangkan dengan adanya daerah tersembunyi yang tidak dipublikasi seperti adanya batasan diri dan rasa tidak percaya diri, sehingga keterbukaan diri yang dilakukan tidak over disclosure dalam konten yang dipublikasi mereka. Mereka dapat menyeimbangkan daerah terbuka dan daerah tersembunyi dengan cermat, mencegah over disclosure yang dapat berdampak negatif. Pengurus menggunakan berbagai bentuk komunikasi untuk keterbukaan diri, termasuk tulisan, gambar, dan suara dalam video TikTok mereka. Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur mampu untuk melakukan keterbukaan diri secara seimbang sehingga tidak over disclosure dan memanfaatkan berbagai cara dalam menunjukan keterbukaan diri melalui media sosial Tik Tok.

Kata Kunci: *TikTok, Generasi Z, Keterbukaan diri, Over disclosure.*

Abstract

This study looked at the phenomenon of self-openness in Generation z youth on TikTok social media regarding self-openness which is used as one of the creative content ideas. The focus of this study on Generation z, especially on the board of GP GPIB Mupel East Jakarta. The purpose of this study was to understand what and how self-disclosure is done by the board of GP GPIB Mupel East Jakarta in showing their existence through the form and way of content that is made to be published on TikTok social media. The theoretical framework of this study is based on the Johari Window, which groups self-disclosure into four areas: open area, blind area, hidden area, and unconscious area. This study uses a qualitative method with unstructured interviews to explore the communication behavior of the East Jakarta GP Board of GPIB mupel on TikTok social media, by looking at how and how they conduct self-disclosure. The results showed that the management of GP GPIB Mupel East Jakarta conduct self-disclosure by showing themselves who have the nature of Fear or Missing Out (FOMO), discuss and show about the relationship (relationship), innuendo, activity and passion, but it is balanced by the existence of hidden areas that are not published such as self-limitation and lack of confidence, so that self-disclosure is not over disclosure in their published content. They can carefully balance open areas and hidden areas, preventing over-disclosure that can have a negative impact. Administrators use various forms of communication for self-disclosure, including writing, images, and sound in their TikTok videos. The conclusion of this research is that the board of GP GPIB Mupel East Jakarta is able to do self-disclosure in a balanced manner so as not to over-disclosure and utilize various ways to show self-disclosure through Tik Tok social media.

Keyword: *TikTok, Generasi Z, Keterbukaan diri, Over disclosure.*

PENDAHULUAN

Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki jumlah pengguna aktif media sosial yang cukup tinggi, hal ini tercatat dalam laporan We Are Social yang menunjukkan pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah 167 juta orang pada Januari 2023, hal ini setara dengan 60,4% dari populasi yang ada di Indonesia (DataIndonesia.id, 2023). Berdasarkan survei yang telah dilakukan ditemukan bahwa generasi Z sebagai generasi pemuda pada era tahun 2020-an ini, memiliki persentase penggunaan media sosial dengan durasi penggunaan internet yang cukup tinggi yaitu 35% dengan menggunakan internet lebih dari 6 jam per hari (databoks.katadata.co.id, 2023). Dari berbagai media yang ada terutama media sosial, Tik Tok merupakan media yang digunakan oleh para pemuda di Indonesia yang melakukan personal branding.

Tik Tok adalah salah satu aplikasi media sosial hiburan yang menawarkan komunikasi secara audio visual yang dikemas secara unik dan kreatif, yang kemudian akan diunggah menjadi sebuah konten. Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna di Indonesia dengan menempati peringkat kedua terbanyak di dunia setelah

Amerika Serikat per Februari 2023 dengan jumlah pengguna, sebanyak 109,9 Juta pengguna (CNNIndonesia.com , 2023).

Melalui media sosial Tik Tok, pembuatan konten publisitas yang dilakukan dengan memanfaatkan audio visual dan berbagai fitur yang ada, dikemas secara menarik dan kreatif. Tik Tok sebagai media sosial yang mewadahi publisitas konten berupa audio visual ini, sering kali dijadikan wadah untuk menceritakan curahan hati atau self expression melalui keterbukaan diri.

Pada saat ini, banyak pengguna media sosial Tik Tok oleh para pemuda yang melakukan keterbukaan diri sebagai salah satu cara publisitas konten kreatif yang dibuat. Keterbukaan diri adalah pengungkapan diri atau pembukaan diri atas informasi diri kepada orang lain dan sebaliknya (Syahputra 2016, p. 53). Keterbukaan diri dalam media sosial dapat menjadi salah satu ide konten publisitas yang kerap kali ditemukan dalam media sosial Tik Tok dengan berbagai alasan dalam pengungkapannya terutama sebagai media yang dapat menjadi wadah dalam menunjukan eksistensinya diri. Keterbukaan diri jika dilakukan secara tidak seimbang mengakibatkan over disclosure atau keterbukaan diri secara berlebihan (Syarwani dan Ahmad 2014, p.69).

Konten publisitas dalam media sosial Tik Tok berupa keterbukaan diri ini, sempat menjadi salah satu konten yang cukup terkenal dengan konten bertanya dan menceritakan pengalaman ataupun pengungkapan dirinya, kemudian video tersebut dijawab menggunakan video maupun audio oleh para pengguna lainnya sebagai komunikasi, dengan menceritakan kembali pengalaman maupun pengungkapan dirinya.

Pengguna Tik Tok yang sangat terbuka mengenai diri pribadinya dan tak segan untuk membagikan informasi atau cerita mengenai pengalaman maupun informasi dirinya melalui Tik Tok. Pengungkapan diri atau keterbukaan diri ini merupakan salah satu ide konten dalam mengungkapkan hal dalam dirinya. Namun di samping hal tersebut, keterbukaan diri yang berlebihan juga merupakan hal yang tidak baik atau bisa disebut dengan over disclosure atau Over disclosure (Syarwani dan Ahmad 2014, p.69).

Melalui fenomena yang telah diuraikan di atas dan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, maka peneliti tertarik menganalisis lebih jauh mengenai over disclosure dalam media sosial Tik Tok yang dilakukan oleh pemuda pada Generasi Z terutama pada pengurus Gerakan Pemuda Gereja Protestan di Indonesia bagian Barat. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia ini, membuat semakin besar dan banyaknya peluang untuk berinteraksi. Salah satunya ialah pemuda, pemuda menurut UU Kepemudaan pada pasal 1 ayat 1 menyebutkan "pemuda adalah warga Negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30

(tiga puluh) tahun” (mkri.id, 2014).

Pada kalangan pemuda juga tidak menutup kemungkinan memiliki kegiatan atau terlibat secara aktif akan eksistensinya pada sebuah organisasi, contohnya pada pemuda gereja yang terlibat dalam kepengurusan pemuda gereja seperti pada Gerakan Pemuda (GP) Gereja Protestan di Indonesia bagian Barat (GPIB) Musyawarah Pelayanan (mupel) Jakarta Timur. Kepengurusan akan sebuah organisasi menjadi hal yang cukup menarik untuk dibahas, ketika kepribadian yang ditunjukkan secara terbuka dalam menempatkan diri dalam organisasi tersebut dan bagaimana diluar organisasi tersebut.

Tentunya pengurus Gerakan Pemuda sendiri memiliki banyak batasan sesuai dengan ajaran iman Kristen Protestan dan memiliki tuntutan oleh masyarakat sebagai contoh bahkan gambaran dari pemuda kristen yang baik di lingkungan, sehingga dalam penelitian ini ingin melihat konten keterbukaan diri yang dilakukan apakah mencapai over disclosure atau tidak, dengan dasar bahwa pemuda gereja tentunya memiliki banyak nilai-nilai kristiani yang harus diaplikasikan dalam kehidupan agar menjadi pemuda yang baik dan takut akan Tuhan sehingga bagaimanapun perkembangan zaman saat ini akan tetap teguh dengan iman kristiani (Janna 2020, p. 6). Hal ini menjadi menarik ketika, pemuda kristen memiliki tuntutan menjadi pemuda yang harus tetap teguh pada iman kristen dengan melakukan sikap secara nilai-nilai iman kristiani sesuai dengan 10 perintah Allah yang terdapat pada Keluaran 20:1-17 dan Ulangan 5:6-21 yang berisi mengenai tidak boleh adanya Allah lain; Jangan menyebut nama Tuhan dengan sembarangan; kuduskanlah hari Tuhan; hormatilah ibu dan bapa mu; jangan membunuh; jangan berzinah; jangan mencuri; jangan bersaksi dusta; jangan mengingini milik orang lain dan disidi lain juga harus meminiliki nilai kristen seperti perintah utama untuk mengasihi Allah dan sesama manusia.

Penelitian ini akan berfokus pada pemuda generasi Z sebagai objek penelitian yang akan diteliti yaitu pada pengguna Tik Tok secara aktif yang memiliki keterikatan atau keaktifan juga pada dunia organisasi, terutama organisasi gereja yaitu Gerakan Pemuda Gereja Protestan di Indonesia bagian Barat Musyawarah Pelayanan Jakarta Timur. Seperti yang telah diuraikan pada latar belakang bahwa Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang dipakai oleh pemuda atau pada era tahun 2020-an disebut dengan pemuda pada Generasi Z sebagai media sosial yang dilakukan untuk menunjukkan eksistensinya. Maka, penelitian ini akan melihat lebih jauh lagi mengenai bagaimana over disclosure yang dilakukan oleh pemuda pada Generasi Z sebagai konten publisitas sebagai salah satu bentuk konten publisitas. Sehingga dalam penelitian ini memiliki rumusan masalah yang perlu diketahui, dibahas dan juga dapat terjawab. Melihat dari fenomena dan uraian yang melatarbelakangi penelitian ini, maka terdapat rumusan masalah yang ditulis dengan

pertanyaan, yaitu:

1. Apa yang menjadi bentuk keterbukaan diri yang dilakukan oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur?
2. Bagaimana keterbukaan diri yang dilakukan oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur?

Keterbukaan diri

Komunikasi dapat dilakukan secara verbal dan non verbal. Seperti yang dikatakan oleh Ezi Hendri 2019, p. 208 bahwa Komunikasi secara verbal merupakan pesan yang disampaikan melalui kata-kata yang diucapkan, sementara komunikasi secara nonverbal merupakan pesan yang disampaikan melalui tanpa adanya kata. Bentuk komunikasi yang ingin disampaikan bisa secara kata-kata dan bentuk gerakan tubuh atau suatu hal yang menunjukkan atau mengungkapkan pesan.

Komunikasi yang sering dilakukan dalam berinteraksi yaitu keterbukaan diri. Keterbukaan diri didefinisikan oleh Johnson 1981 (dalam (Yuliana & Utami, 2018, p. 23)) sebagai pengungkapan diri atau reaksi dalam menghadapi situasi dan menyampaikan informasi masa lalu yang terkait dengan persepsi diri di masa depan. Keterbukaan diri sebagai pengungkapan diri berarti mengharuskan keterbukaan mengenai informasi diri pada orang lain, dan sebaliknya hingga tercipta jalinan sosial yang lebih erat. Menurut Syahputra 2016, p. 53 bahwa Keterbukaan diri juga didefinisikan sebagai pengungkapan diri atau pembukaan diri atas informasi diri kepada orang lain dan sebaliknya. Keterbukaan diri akan menciptakan keeratan dengan membuka diri, kemudian dengan interaksi pembukaan diri akan semakin dalam jika dalam melakukan interaksi secara nyaman dan aman. Yuliana dan Utami 2018, p. 23 mengatakan bahwa Keterbukaan diri sendiri dapat dilakukan dengan batasan secara sadar agar tidak melakukan over disclosure ataupun over sharing terhadap orang lain, hal ini meminimalisir celah tindak kejahatan yang dapat dilakukan oleh orang lain. Dalam berkomunikasi keterbukaan diri juga bisa merasa tidak nyaman, jika keterbukaan diri yang diberitahukan berlebihan.

Dalam melakukan keterbukaan diri, pemahaman diri perlu diperhatikan yang dapat dimulai dari keadaan diri, kemudian harus mengetahui apa yang menjadi batasan dalam melakukan keterbukaan diri. Syarwani dan Ahmad 2014, p. 68 menjelaskan bahwa Joe Luft dan Harry Ingham mendeskripsikan diri seseorang sebagai ruangan serambi empat yang disebut sebagai Johari Window atau Jendela Johari, nama Johari sendiri diambil dari awal nama dari Joe dan Harry, Jendela Johari berisikan hal-hal yang diketahui oleh diri sendiri dan yang diketahui oleh orang lain, jendela tersebut terdapat area terbuka dan area

tertutup, sehingga menghasilkan jendela, seperti berikut ini:

		<u>DIRI SENDIRI</u>	
		Tahu	Tidak Tahu
<u>ORANG</u> <u>LAIN</u>	Tahu	1 Daerah Terbuka	2 Daerah Buta
	Tidak Tahu	3 Daerah Tersembunyi	4 Daerah Tidak Sadar

Jendela Johari, Daerah dalam Diri

(Sumber: Syarwani dan Ahmad 2014, p. 68)

Dapat dilihat pada gambar diatas, pada jendela pertama, berisikan hal-hal yang dapat diketahui diri dan juga dapat diketahui oleh orang lain, daerah ini biasanya disebut dengan daerah terbuka. Pada jendela yang kedua merupakan hal yang tidak diketahui oleh diri sendiri tapi diketahui oleh orang lain, daerah ini biasanya disebut dengan daerah buta. Daerah jendela ketiga, berisikan hal yang dapat diketahui oleh diri sendiri namun tidak diketahui oleh orang lain, daerah ini biasanya disebut dengan daerah tersembunyi. Pada jendela yang terakhir, jendela keempat, berisikan daerah yang tidak diketahui oleh diri sendiri dan orang lain.

Keterbukaan diri, dilakukan dengan melihat daerah-daerah yang telah ada dalam Johari Window perlu diperhatikan, karena terdapat daerah yang tidak perlu diketahui oleh orang lain sehingga tidak over disclosure. Keterbukaan diri ini terdapat daerah-daerah yang harus dipahami sebelum melakukan keterbukaan diri. Keterbukaan diri menjadi salah satu fenomena yang sering dilakukan. Mengikuti perkembangan jaman, keterbukaan diri kerap kali dilakukan melalui wadah media sosial, mengingat adanya tren pada media sosial Tik Tok, dimana keterbukaan diri dijadikan konten dalam memberikan informasi diri melalui pengalaman dengan mendapatkan umpan balik oleh pengguna lain menggunakan hal yang sama dengan konteks keterbukaan diri yang sama. Menurut Morissan 2013, p. 315 diri yang terlibat pada hubungan dengan orang lain harus mengetahui dan dapat mengelola batasan atau boundary dalam diri mereka dimana ada wilayah publik dan wilayah private, berkenaan dengan mempertimbangkan perasaan dan pemikiran orang lain. Keterbukaan diri yang dilakukan pada media sosial Tik Tok menjadi hal yang lumrah, namun tak jarang banyak pribadi yang tidak dapat membedakan apa yang boleh disampaikan dan tidak boleh berlebihan disampaikan, seperti pada jendela Johari.

Batasan "over disclosure" terjadi ketika seseorang terlalu banyak membuka diri dalam area Terbuka, sehingga dapat menyebabkan konsekuensi negatif seperti kehilangan privasi, kepercayaan yang rusak, atau persepsi negatif dari orang lain. Dalam konteks Johari Window, over disclosure dapat mengarah pada peningkatan ukuran area Terbuka tanpa keseimbangan yang tepat di area lain, yang dapat mempengaruhi persepsi diri secara negatif. Oleh karena itu, penting untuk menjaga keseimbangan antara pembukaan diri dengan mempertimbangkan konteks, relevansi, dan dampak dari informasi yang dibagikan.

Dalam melakukan keterbukaan diri, diperlukan proses pemikiran dalam melakukannya terutama dalam media sosial Tik Tok, dimana jika akun pengguna tidak di privasi, maka akan dapat dengan bebas dilihat dan didengar orang lain sebagai informasi keterbukaan diri. Keterbukaan diri dalam media sosial Tik Tok, harus mengetahui dampak yang akan didapatkan sebelum benar-benar mem-unggah konten keterbukaan diri tersebut. Keterbukaan diri dalam media sosial Tik Tok melihat keterbukaan diri seseorang secara publik, melihat bagaimana dampak dan umpan balik yang dapat dihasilkan.

Media Sosial Tik Tok

DataIndonesia.id 2023 mendapat laporan mengenai media sosial di Indonesia tercatat dalam laporan We Are Social, memiliki pengguna aktif berjumlah 167 juta orang pada Januari 2023, hal ini setara dengan 60,4% dari populasi yang ada di Indonesia. Media sosial menjadi hal yang cukup penting peranannya dalam melakukan interaksi. Nabila dkk 2020, p. 6 mengatakan ,media sosial memiliki kegunaan seperti membangun dan menjaga hubungan, keefektifan kerja, mengekspresikan diri, dan mendidik. Media sosial juga dapat dijadikan sarana hiburan sesuai dengan pengguna dan kegunaannya. Media sosial dipakai dari segala kalangan dan sesuai dari karakteristik dari media sosial tersebut. Tak jarang, dalam media sosial juga memiliki artis yang terkenal sebagai penghibur maupun influencer. Media sosial yang ada dan dipakai oleh masyarakat Indonesia adalah media sosial Facebook, twitter, YouTube, Instagram, Whatsapp, Tik Tok, Telegram, Snapchat, dan lain sebagainya. Pada setiap media sosial, menawarkan ketertarikan berkomunikasi yang berbeda-beda mengikuti wadah dan juga pembuatan konten yang akan dilakukan. Pembentukan konten yang dibuat harus dapat menyesuaikan dengan media sosial yang dipakai.

Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang menawarkan konten berupa konten audio visual. Pendiri dari aplikasi Tik Tok adalah Zhan Yiming, yang merupakan lulusan software engineer dari Universitas Nankai. Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang paling diminati, terlihat melalui data yang menyatakan, bahwa Tik Tok menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna di Indonesia dengan memiliki peringkat kedua

terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat per Februari 2023 dengan jumlah pengguna, sebanyak 109,9 Juta pengguna (CNN Indonesia, 2023).

Media sosial, Tik Tok memudahkan berbagai orang dari segala kalangan untuk berinteraksi dan menjadikan diri sebagai creator konten atau publisitas. Pembuatan konten publisitas dalam Tik Tok dilakukan menggunakan komunikasi secara verbal maupun non verbal. Publisitas yang ada pada Tik Tok sebagai wadah komunikasi ini beragam, mulai dari konten edukasi, bahan publisitas keterbukaan diri, pembagian informasi, dan seterusnya. Tik Tok memiliki fitur For Your Page atau FYP, hal ini menjadi daya tarik dari Tik Tok dalam kegunaannya. FYP telah diatur melalui algoritma Tik Tok. Algoritma Tik Tok adalah suatu sistem yang kompleks yang didesain untuk menampilkan konten kepada para pengguna berdasarkan pada ketertarikan (Diskominfo Kota Bogor, 2022).

Kepemudaan

Kepemudaan atau pemuda, dalam mkri.id 2014, menyatakan menurut UU Kepemudaan pada pasal 1 ayat 1 menyebutkan "pemuda adalah warga Negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun". Pemuda berkaitan dengan generasi yang pada era tahun 2020-an yang masuk dalam kategori pemuda yaitu Generasi Zoomer atau generasi Z atau kerap kali juga disingkat sebagai gen Z ini merupakan generasi yang ada setelah generasi Millennials. Menurut rri.co.id 2024, generasi Z ini dikategorikan pada tahun kelahiran mulai dari 1997 hingga tahun 2012. Generasi Z lahir pada mulanya teknologi yang sudah semakin canggih. Keunggulan dan kepiawaian generasi Z tidak perlu diragukan lagi pengetahuannya mengenai teknologi yang canggih ini, hal ini dikarena telah lahir pada zaman dimana teknologi sudah semakin canggih. Penggunaan media sosial aktif di Indonesia dapat dikatakan sebagai pengguna media sosial yang sangat banyak dan aktif. Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh databoks.katadata.co.id 2023 ditemukan bahwa generasi Z memiliki presentase penggunaan media sosial dengan durasi penggunaan internet yang cukup tinggi yaitu 35% dengan menggunakan internet lebih dari 6 jam perhari.

Dalam buku yang berjudul Generasi Z oleh Stillman dan Jonah 2018, p. 41, telah memberikan beberapa poin mengenai kondisi pemuda dalam masa generasi Z, dengan mengemukakan faktor-faktor yang menjadi penyebabnya membentuk generasi Z ini, faktor tersebut adalah: Generasi Teknologi; Generasi Peduli Politik; Generasi Mawas Lingkungan; Generasi Anti Label; Generasi Anti Terorisme; Generasi Resesi dan Depresi; Generasi Artis dan Youtuber.

Setelah melihat kondisi yang memengaruhi pemuda pada generasi Z, terdapat pula karakter-karakter yang menunjukkan generasi Z, sebagai pemuda. Karakter tersebut terbagi menjadi 7 bagian menurut David Stillman dan Jonah Stillman 2018, p. 51-52 ia memukakan ke-7 sifat itu, sebagai berikut:

1. Digital. Pemuda pada Generasi Z dalam hal yang dimaksud adalah karakter yang menjadikan generasi Z menjadi lebih aktif dalam dunia digital dalam melakukan interaksi. Generasi Z sangat memanfaatkan dunia digital dalam melakukan aktifitas sehari-harinya,
2. Hiper-kustomisasi. Pemuda pada Generasi Z dalam hal ini generasi Z bisa mengkustomisasi sebanyak mungkin hal yang menjadi identitas mereka di mata publik. Generasi Z sering kali menyukai hal-hal yang bersifat tidak umum.
3. Realistik. Pemuda pada Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada zaman teknologi yang canggih ini membuat generasi Z lebih memiliki pikiran untuk menjalani suatu hal secara realistis atau tidak terlalu mengada-ada. Generasi Z juga merasa bahwa pengalaman menjadi pelajaran yang penting bagi generasi Z.
4. Fear of Missing Out (FOMO). Pemuda pada Generasi Z sangat berkaitan dengan zaman kemajuan teknologi, hal ini membuat generasi Z tidak bisa merasa tertinggal akan sesuatu hal yang baru. Hal ini juga bisa terjadi karena faktor lingkungan, agar tidak tertinggal maka harus mengikuti perkembangan zaman yang sedang bermunculan.
5. Economist. Pemuda pada Generasi Z bukan generasi yang tertutup. Generasi Z mengenal ekonomi berbagi, generasi Z memiliki keunikan dalam melakukan kerja sama, karena bisa melakukan kerja sama dengan siapapun tanpa harus mengenal terlebih dahulu dan berakhir dengan kesepakatan yang sesuai.
6. Do It Yourself (DIY). Pemuda pada Generasi Z yang penuh dengan teknologi yang canggih dan teknologi digital membuat generasi ini semakin mandiri dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Generasi Z lebih mudah mencari informasi dan juga pekerjaan sendiri dengan memanfaatkan teknologi berbasis internet.
7. Terpacu. Pemuda pada Generasi Z merupakan generasi yang mudah terpacu akan sesuatu hal. Generasi Z memiliki tujuan tersendiri untuk bisa berpengaruh dan ikut serta mengambil andil secara luas melalui teknologi yang digunakan pada saat ini. Generasi Z yang mengikuti perkembangan zaman semakin hari semakin terpacu untuk ikut menonjol dan berperan dalam kemajuan teknologi maupun lingkungan sosial.

Pemuda pada Generasi Z sebagai generasi yang lahir pada zaman teknologi yang canggih dan dengan segala jenis juga karakteristik tentunya memiliki harapan yang kuat untuk memanfaatkan keadaan terutama pada kecanggihan dari teknologi itu sendiri.

Kerangka berpikir merupakan hal yang menjelaskan secara teoritis mengenai peraturan antara variabel yang ada dengan variabel yang akan diteliti, sehingga secara teoritis diperlukan penjelasan hubungan variabel-variabel (Ridwan & Indra Bangsawan, 2021, p. 18). Kerangka berpikir menunjukkan fenomena, masalah, dan objek penelitian dalam suatu bagan yang saling berhubungan. Dalam penelitian terdapat kerangka berpikir sebagai berikut:

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian dibagi menjadi tiga bagian yaitu, pendekatan kuantitatif, pendekatan kualitatif, dan mix methods. Penelitian dengan judul penelitian "Analisis keterbukaan diri dalam Melalui Media Sosial TikTok (Studi pada Pengurus Gerakan Pemuda GPIB Mupel Jakarta Timur)". Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif melihat penyelidikan wacana ilmu sosial yang dinyatakan sebagai kata-kata, gambar, atau objek (Neuman, 2014, p. 10). Pendekatan ini dipilih dalam penelitian ini dilihat melalui masalah sosial yang ada dan sering kali terjadi, yaitu masalah sosial mengenai self disclosure sebagai pengungkapan diri pemuda melalui media sosial TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengurus GP GPIB mupel Jakarta Timur, menjadi objek dari penelitian ini. Pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur masuk ke dalam kategori pemuda pada era generasi Z, yang lahir dalam era penuh dengan perkembangan digital. Komunikasi menjadi hal yang cukup penting dalam kehidupan, terutama di era digital. Era digital menjadikan generasi Z dituntut untuk aktif dan mengerti mengenai teknologi digital agar dapat menyeimbangi perkembangan era.

Pengguna media sosial Tik Tok menggunakan cara konten dengan melakukan keterbukaan diri sebagai salah satu cara publisitas konten kreatif yang dibuat. Keterbukaan diri atau pengungkapan diri ini merupakan salah satu bentuk dari komunikasi. Keterbukaan diri sering kali terjadi, dengan seseorang membuka mengenai informasi tentang dirinya pada orang lain secara sadar. Keterbukaan diri atau pengungkapan diri ini biasanya dijadikan konten publisitas sebagai tempat memberikan curahan hati maupun publisitas yang menceritakan pengalaman pribadi. Keterbukaan diri adalah pengungkapan diri atau pembukaan diri atas informasi diri kepada orang lain dan sebaliknya (Syahputra 2016, p. 53). Keterbukaan diri dalam media sosial dapat menjadi salah satu ide konten publisitas yang kerap kali ditemukan dalam media sosial Tik Tok dengan berbagai alasan dalam

pengungkapannya.

Pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur memanfaatkan berbagai jenis konten TikTok untuk melakukan komunikasi self-disclosure. Mereka menggabungkan tulisan, gambar, dan suara untuk menciptakan video yang menarik dan dinamis. Tulisan memainkan peran penting dalam memberikan konteks pada video, memungkinkan pengurus untuk menyampaikan pesan tambahan yang mendukung visual. Dengan menggabungkan tulisan, gambar, dan suara, pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur dapat menciptakan konten TikTok yang bervariasi dan menarik. Ini memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri mereka dalam berbagai cara.

Batasan "over disclosure" terjadi ketika seseorang terlalu banyak membuka diri dalam area Terbuka, sehingga dapat menyebabkan konsekuensi negatif seperti kehilangan privasi, kepercayaan yang rusak, atau persepsi negatif dari orang lain. Dalam konteks Johari Window, over disclosure dapat mengarah pada peningkatan ukuran area Terbuka tanpa keseimbangan yang tepat di area lain, yang dapat mempengaruhi persepsi diri secara negatif. Oleh karena itu, penting untuk menjaga keseimbangan antara pembukaan diri dengan mempertimbangkan konteks, relevansi, dan dampak dari informasi yang dibagikan.

Penelitian ini menemukan bahwa sejak Covid-19 tahun 2020, fenomena penggunaan aplikasi Tik Tok ini didasari atas kebosanan pada saat karantina. lama masa pandemi, Tik Tok menjadi semacam pelarian bagi banyak pengguna, yang mencari cara untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri di tengah situasi yang sulit. Daya tarik Tik Tok tidak hanya terletak pada konten yang menarik, tetapi juga pada kemampuan dari Tik Tok sebagai platform yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri mereka secara bebas. Tik Tok telah menjadi media sosial yang populer tidak hanya karena konten yang disuguhkan, tetapi juga karena kemampuannya untuk menjadi wadah bagi pengguna untuk belajar dan berbagi pengetahuan baru. Melalui berbagai konten yang beragam, pengguna Tik Tok tidak hanya dapat menghibur diri, tetapi juga memperluas wawasan mereka dalam berbagai bidang. Selain itu, Tik Tok juga menjadi platform dimana pengguna dapat mengekspresikan diri secara kreatif, baik melalui konten berbasis ekspresi emosi maupun kegiatan sehari-hari.

Terkait dengan keterbukaan diri, Tik Tok telah menjadi media yang penting bagi pengguna untuk memperlihatkan sisi-sisi mereka yang mungkin tidak terungkap di platform media sosial lainnya. Pengguna Tik Tok dapat dengan bebas mengekspresikan perasaan, kegiatan sehari-hari, serta berbagi pengalaman dan pengetahuan mereka dengan orang lain. Namun demikian, ada juga batasan-batasan yang dijaga agar tidak terjadi over disclosure oleh pengguna dalam membuat konten agar tetap menjaga eksistensi dan privasi.

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat komunikasi secara verbal dan non verbal yang dilakukan dalam melakukan unggah konten. Pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur yang diwakili oleh para informan, memperlihatkan bahwa pemuda jaman sekarang masuk dalam generasi Z, seperti yang dikatakan (Stillman & Jonah, 2018, pp. 51-52), yang lahir sebagai generasi digital yang aktif dalam bidang digital, seperti media sosial. Penerapan komunikasi keterbukaan diri dalam pembentukan personal branding melalui media sosial Tik Tok oleh pemuda Pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur, terlihat dari jawaban dan pernyataan yang diberikan.

Komunikasi yang ditunjukkan dalam membuat konten, mengarah pada penerapan komunikasi keterbukaan diri. Penerapan komunikasi keterbukaan diri menurut Syarwani dan Ahmad 2014, p. 68 dalam Joe dan Harry mengenai Jendela Johari terbagi menjadi beberapa daerah, yaitu daerah terbuka, daerah buta, daerah tersembunyi dan daerah tidak sadar. Penelitian ini menemukan adanya penerapan komunikasi keterbukaan diri yang dikategorikan dalam daerah terbuka sebagaimana keterbukaan dilakukan ketika diri sendiri dan orang lain mengetahui, hal ini didukung dengan adanya pernyataan-pernyataan para informan mengenai konten yang dibuat dan dipublikasi. Keterbukaan diri pada daerah terbuka ini, dilakukan oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur sebagai salah satu bentuk ungkapan isi hati secara emosional yang dapat mengungkapkan perasaan. Penerapan komunikasi ini juga dilakukan sebagai ajang eksistensi diri pada media sosial Tik Tok untuk menampilkan diri secara menunjukkan kegiatan dan aktifitas yang dilakukan melalui konten yang dipublikasi.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa tidak hanya terjadi penerapan komunikasi keterbukaan diri yang dilakukan secara daerah terbuka, namun juga masuk pada kategori daerah yang ketiga yaitu daerah tersembunyi yang diungkapkan diri dilakukan secara diri sendiri mengetahui dan orang lain tidak mengetahui. Pada penelitian ini Pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur menunjukkan bahwa, penerapan komunikasi keterbukaan diri yang dilakukan untuk meluapkan segala emosi dan menunjukkan eksistensi diri, namun di lain sisi, pada setiap konten yang diunggah menjadi konten yang sudah tinjau kembali dan dibuat sesuai dengan batasan-batasan yang telah mereka tentukan sendiri. Keterbukaan yang dilakukan tidak menjadi keseluruhan atas diri mereka, namun melalui batasan juga menjadikan penelitian ini ada dalam daerah tersembunyi. Selain itu, daerah tersembunyi ini menjadi penerapan komunikasi keterbukaan diri yang dilakukan oleh pengurus GP GPIB mupel Jakarta Timur dengan diperkuat adanya konten yang telah dibuat namun tidak dipublikasi, melainkan di private ataupun di draft dengan alasan tertentu.

Penelitian ini mengidentifikasi berbagai bentuk keterbukaan diri yang dilakukan oleh

pengurus GP GPIB Jakarta Timur, yang diilustrasikan dalam Jendela Johari di wilayah terbuka dengan beragam komunikasi, termasuk mengungkapkan Fear of Missing Out (FOMO), menampilkan hubungan pacaran atau relationship, menunjukkan ekspresi diri, memberikan sindiran, berbagi kegiatan sehari-hari, serta memperlihatkan passion mereka. Sementara itu, penelitian juga menemukan bahwa keterbukaan diri bisa dilakukan melalui Jendela Johari di wilayah tersembunyi, yang mencakup alasan seperti kurangnya rasa percaya diri, kebutuhan akan batasan diri, atau sekadar iseng. Penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa konten publikasi di media sosial TikTok, yang dibuat oleh pengurus GP GPIB Jakarta Timur, dikemas dalam berbagai format seperti tulisan, gambar, suara, dan video yang dapat memikat audiens dengan cara berbeda.

Komunikasi keterbukaan diri berkaitan erat dengan konsep jendela Johari. Jendela Johari menggambarkan persepsi diri seseorang dan bagaimana persepsi tersebut dibagi dengan orang lain. Terdapat empat kuadran dalam jendela Johari, yaitu terbuka, tersembunyi, buta, dan tidak diketahui. Komunikasi self-disclosure terjadi ketika seseorang secara sukarela mengungkapkan informasi pribadi atau perasaannya kepada orang lain. Ketika seseorang melakukan self-disclosure, bagian dari jendela Johari yang tersembunyi dapat menjadi terbuka, sehingga memperluas wilayah yang diketahui oleh kedua belah pihak. Namun, penting untuk mempertahankan keseimbangan antara terbuka dan tersembunyi dalam jendela Johari.

Over disclosure terjadi ketika seseorang mengungkapkan terlalu banyak informasi pribadi atau rahasia kepada orang lain, yang dapat mengganggu hubungan atau membuatnya merasa tidak nyaman. Keseimbangan yang tepat antara terbuka dan tersembunyi dalam jendela Johari membantu mencegah over disclosure. Dengan demikian, keterkaitan antara komunikasi keterbukaan diri dan tidak adanya over disclosure dapat dipahami melalui konsep jendela Johari, di mana menjaga keseimbangan antara bagian terbuka dan tersembunyi dari jendela tersebut merupakan kunci untuk menjaga kualitas komunikasi yang sehat dan hubungan yang baik dengan orang lain. Hal ini juga terjadi pada pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur yang memiliki batasan dan juga keseimbangan memiliki komunikasi keterbukaan diri yang terbuka dan tersembunyi, sehingga terlihat bahwa tidak terjadinya penerapan komunikasi over disclosure yang dilakukan oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur.

Penelitian ini, dilain sisi juga menemukan bahwa pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur cenderung memilih untuk memisahkan antara dunia luar dengan dunia keagamaan dalam praktik keterbukaan diri mereka. Hal ini dapat dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya over disclosure, yaitu dengan menjaga batasan antara informasi yang mereka

bagikan tentang kehidupan pribadi mereka di luar konteks keagamaan dan informasi yang berkaitan dengan kegiatan keagamaan mereka. Memisahkan dunia luar dengan dunia keagamaan dapat menjadi strategi yang efektif untuk menjaga keseimbangan dalam keterbukaan diri. Dengan demikian, pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur dapat menjaga privasi dan menjaga batasan dalam berbagi informasi pribadi

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menyoroti peran penting aplikasi Tik Tok dalam kehidupan sehari-hari, khususnya selama masa pandemi Covid-19. Fenomena penggunaan Tik Tok tidak hanya didasari oleh kebosanan saat karantina, tetapi juga sebagai cara untuk menghibur diri dan mengisi waktu luang di tengah situasi yang sulit. Melalui berbagai konten yang beragam, pengguna Tik Tok dapat tidak hanya menghibur diri, tetapi juga memperluas wawasan mereka dalam berbagai bidang serta mengekspresikan kreativitas mereka.

Para pengurus memanfaatkan berbagai bentuk komunikasi dalam konten mereka, termasuk tulisan, gambar, dan suara, untuk mengekspresikan diri dalam media sosial Tik Tok. Penerapan komunikasi keterbukaan diri di Tik Tok menjadi salah satu ide konten yang dilakukan oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur. Pengguna Tik Tok, termasuk pada pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur, menggunakan keterbukaan diri sebagai cara untuk menampilkan diri mereka secara terbuka dan menarik perhatian yang ditujukan untuk pengguna Tik Tok lainnya. Melalui keterbukaan diri, mereka dapat mengekspresikan sikap FOMO, hubungan pacaran, sindiran, aktivitas dan passion. Namun, pengguna Tik Tok juga memiliki keterbukaan yang tidak dipublikasi atau disembunyikan agar untuk menjaga citra dan privasi mereka yang dikarenakan adanya rasa ketidakpercayaan diri dan memang memiliki batasan tertentu. Sehingga dalam penerapan komunikasi keterbukaan diri melalui jendela johari ditemukan dua penerapan keterbukaan diri yaitu secara daerah terbuka dan daerah tersembunyi.

keberadaan keseimbangan dalam keterbukaan diri oleh pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur menunjukkan bahwa komunikasi over disclosure tidak tercermin dalam interaksi mereka. Keseimbangan tersebut mencerminkan kesadaran mereka akan pentingnya menjaga batasan dalam berbagi informasi pribadi, sehingga tidak terlalu banyak mengungkapkan hal-hal yang mungkin tidak relevan atau tidak pantas untuk dibagikan sebagai konten pada media sosial Tik Tok. Dengan mempertahankan keseimbangan dalam keterbukaan diri, pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur dapat menjaga hubungan yang sehat dengan orang lain, tanpa mengorbankan privasi atau integritas pribadi mereka.

Meskipun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur cenderung memisahkan identitas dan sisi kerohanian mereka dari konten yang dibuat di Tik Tok. Mereka jarang menunjukkan identitas mereka sebagai pengurus gereja dalam konten mereka, komunikasi keterbukaan diri mereka cenderung memisahkan kepribadian mereka dalam ranah keagamaan dan lingkungan sosial di luar keagamaan. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pengguna Tik Tok, khususnya pengurus GP GPIB Mupel Jakarta Timur, menggunakan komunikasi keterbukaan diri namun digunakan tidak secara berlebihan atau over disclosure.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M., & Syafrini, D. (2022). Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan. Motif Keterbukaan diri Mahasiswa Melalui Instagram Story (Studi: Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNP), 394-403.
- Babbie, E. (2014). The Basics of Social Research, Sixth Edition. Wadsworth: Cengage Learning.
- Cangara, H. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. Depok: PT Rajagrafindo Pesada.
- CNN Indonesia. (2023, Februari 22). Tik Tok Bikin Tik Tok TV di Indonesia, Apa Istimewanya? Diambil kembali dari CNNIndonesia.com: [https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230222083356-185-916212/Tik Tok-bikin-Tik Tok-tv-di-indonesia-apa-istimewanya#:~:text=Sementara%20itu%20mengutip%20Statista%2C%20pengguna,%20dengan%20113%2C25%20juta](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230222083356-185-916212/Tik-Tok-bikin-Tik-Tok-tv-di-indonesia-apa-istimewanya#:~:text=Sementara%20itu%20mengutip%20Statista%2C%20pengguna,%20dengan%20113%2C25%20juta).
- CNNIndonesia.com . (2023, July 14). Program Afiliasi Shopee Dominasi Persaingan e-Commerce di Indonesia. Diambil kembali dari CNNIndonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230714130137-97-973440/program-afiliasi-shopee-dominasi-persaingan-e-commerce-di-indonesia>
- Daryanto, D. d., & Rahardjo, S. M. (2016). Teori Komunikasi. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- databoks.katadata.co.id. (2023, Februari 01). Berapa Lama Warga RI gunakan Internet per Hari? Ini Surveinya. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/01/berapa-lama-warga-ri-gunakan-internet-per-hari-ini-surveinya>
- DataIndonesia.id. (2023, Maret 03). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. Dipetik March 31, 2023, dari DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia->

sebanyak-167-juta-pada-2023

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research Fifth Edition*. London: SAGE Publications.
- Diskominfo Kota Bogor. (2022). Kominfo.kotabogor.go.id. Diambil kembali dari Yuk Coba Pahami Cara Kerja Algoritma Tik Tok: <https://kominfo.kotabogor.go.id/index.php/post/single/829#:~:text=Algoritma%20Tik Tok%20adalah%20sistem%20kompleks,yang%20memiliki%20ketertarikan%20yang%20berbeda>.
- Ezi Hendri, M. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- GPIB. (t.thn.). GPIB. Diambil kembali dari GPIB: <https://gpib.or.id/tentang-gpib/>
- Halodoc.com. (2021, January 21). Kecanduan Media Sosial Hati-Hati Overdisclosure. Diambil kembali dari Halodoc.com: <https://www.halodoc.com/artikel/kecanduan-media-sosial-hati-hati-Overdisclosure>
- Harahap, Y., Ginting, R., & Khairani, L. (2021). Fenomena Keterbukaan diri Selebgram Perempuan di Kota Medan Sebagai Cermin Budaya Populer di Media Sosial Instagram. *Perspektif*, 754-762.
- Janna, Yiska. R. (2020). Pengembangan Pembinaan Majelis Gereja terhadap Pemuda dan Hubungannya dengan gaya hidup modern".
- mkri.id. (2014, Februari 10). Batas Umur Pemuda Bias dengan Anak, UU Kepemudaan Digugat. Diambil kembali dari mkri.id: <https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=9598>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia.
- Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., Syarief, M. A., Ryvo, A., Julianto, A. N., . . . Pratama, F. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: PT Cita Intrans Selaras.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. London: Pearson Education Limited .
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ritchie, J., & Lewis, J. (2014). *Qualitative Research Practice A Guide For Social Science Students and Researchers*. California: SAGE Publications Ltd
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book Of Personal Branding*. Yogyakarta: Quadrant.
- Ridwan, S. M., & Indra Bangsawan, M. (2021). *Konsep Metodeologi Penelitian Bagi Pemula*.

Jambi: Anugerah Pertama Press.

Roselina, C. (2023, January 24). Tik Tok.com. Diambil kembali dari Ya gpp sih kita ga cocok aja mas, namanya jg seleksi ...: <https://vt.Tik Tok.com/ZS8pBDj3L/>

Roudhonah, M. (2019). Ilmu Komunikasi (Edisi Revisi). Depok: Rajawali Pers.

rri.co.id. (2024, Januari 10). Apa itu Generasi Milenial, Baby Boomers, Gen X, Gen Z dan Gen Alpha. Diambil kembali dari <https://www.rri.co.id/ipitek/509842/apa-itu-generasi-milenial-baby-boomers-gen-x-gen-z-dan-gen-alpha>

Stillman, D., & Jonah. (2018). Generasi Z: Memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Syahputra, I. (2016). Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori. Yogyakarta: Calpulis.

Syahputra, I. (2016). Ilmu Komunikasi; Tradisi, Perspektif dan Teori. Yogyakarta: Calpulis.

Syarwani, E. H., & Ahmad, M. (2014). Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Tik Tok.com. (2023). Tik Tok.com. Diambil kembali dari Stitch Cintacha Roselina: <https://www.Tik Tok.com/search/video?q=stitch%20cintacha%20roselina&t=1680241413924>

Yuliana, M. E., & Utami, I. W. (2018). Komunikasi Antar Individu. Yogyakarta: Suluh Media.

Zaskya, M., Boham, A., & Lotulung, L. J. (2021). Acta Diurna Komunikasi. Twitter Sebagai Media Mengungkapkan Diri Pada Kalangan Milenial, 1-8