

Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram

Nadia Afifah¹, Septi Kuntari²

^{1,2}Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

E-mail: 2290220033@untirta.ac.id¹, septikuntari@untirta.ac.id²

Article History:

Received: 10 Maret 2025

Revised: 17 Maret 2025

Accepted: 25 Maret 2025

Keywords: Media Sosial, Identitas Sosial, Gen Z, TikTok, Instagram

Abstract: Media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, telah menjadi platform utama bagi Generasi Z (Gen Z) untuk mengekspresikan diri dan membentuk identitas sosial mereka. Di era digital ini, penggunaan media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran dan pembentukan nilai-nilai sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, dalam pembentukan identitas sosial Gen Z, serta dampaknya terhadap dinamika sosial mereka dalam konteks pendidikan sosiologi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis konten. Data dikumpulkan melalui studi literatur dan analisis terhadap unggahan, komentar, serta interaksi di TikTok dan Instagram yang mencerminkan berbagai aspek identitas sosial Gen Z, seperti nilai, norma, dan persepsi diri. Hasil dari penelitian ini adalah pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana TikTok dan Instagram mempengaruhi pembentukan identitas sosial Gen Z, baik dari segi nilai sosial, konstruksi identitas individu, maupun interaksi sosial yang terjadi dalam lingkungan digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori-teori identitas sosial di bidang pendidikan sosiologi, serta memperkaya pembelajaran mengenai pengaruh media sosial dalam konteks sosial budaya di era digital.

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi Generasi Z (Gen Z), yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat media komunikasi ikut berkembang, sehingga hal tersebut tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia (Rizki Setiawan, 2020). Sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi digital, Gen Z memiliki hubungan yang erat dengan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Kedua platform ini memberikan ruang bagi Gen Z untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membentuk identitas sosial mereka. Identitas sosial, yang merupakan pemahaman individu terhadap dirinya dalam kaitannya dengan kelompok sosial, kini dipengaruhi oleh interaksi yang terjadi di dunia maya, terutama melalui

media sosial. Fenomena ini memerlukan penelitian mendalam, khususnya dalam konteks pendidikan sosiologi. Teknologi digital menyediakan materi dan infrastruktur untuk berbagai praktik dan interaksi - memengaruhi identitas, tubuh, hubungan sosial, praktik artistik, dan lingkungan. (Stevany Afrizal, 2020).

Latar belakang masalah penelitian ini didorong oleh kenyataan bahwa meskipun media sosial memberikan berbagai manfaat dalam membentuk hubungan sosial, ia juga memiliki dampak signifikan terhadap pembentukan identitas sosial Gen Z. Sutrisno (2020) mengungkapkan bahwa media sosial dapat mempercepat proses pembentukan identitas sosial di kalangan remaja, namun juga membawa tekanan untuk mengikuti norma yang ada di platform tersebut. Sutarman (2019) juga mencatat bahwa media sosial berfungsi sebagai "ruang sosial" di mana individu, terutama Gen Z, mengeksplorasi dan menegaskan identitas mereka, seringkali dengan menyesuaikan diri dengan tren yang berkembang di media sosial tersebut.

Fenomena pembentukan identitas sosial melalui media sosial bukan hanya menjadi masalah sosial yang menarik, tetapi juga menjadi fokus kajian dalam pendidikan sosiologi. Sebagai disiplin ilmu yang mempelajari interaksi sosial dan struktur masyarakat, sosiologi perlu memahami bagaimana media sosial membentuk pola sosial, nilai, dan identitas dalam masyarakat kontemporer. Prasetyo (2021) berpendapat bahwa media sosial berperan besar dalam mempengaruhi pandangan dunia generasi muda, yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap kelompok sosial lain dan dinamika sosial yang ada. Pemanfaatan perangkat digital yang terkoneksi internet dapat memperluas akses informasi dan batasan ruang dan waktu sebagaimana didapatkan pada media konvensional, namun di sisi lain media digital juga memiliki kelemahan berupa akurasi informasi yang abu-abu dikarenakan kemudahan berbagi informasi untuk semua orang dari semua kalangan. (Rizki Setiawan, 2020)

Penelitian ini sangat penting untuk memahami dampak media sosial, terutama TikTok dan Instagram, terhadap pembentukan identitas sosial Gen Z. Pemahaman ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kurikulum pendidikan sosiologi, khususnya dalam mengintegrasikan dinamika identitas sosial di dunia digital. Sujatmiko (2022) menyatakan bahwa penting bagi pendidikan sosiologi untuk mengadopsi perspektif digital dalam mengajarkan teori-teori identitas sosial, agar mahasiswa lebih paham terhadap fenomena sosial yang berkembang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai pengaruh media sosial terhadap proses sosialisasi dan pembentukan nilai-nilai sosial pada generasi digital saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain analisis konten untuk menggali peran media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, dalam pembentukan identitas sosial Gen Z. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial yang terjadi dalam konteks digital serta untuk menafsirkan makna yang terkandung dalam interaksi sosial yang terjadi di media sosial. Analisis konten memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tema-tema yang relevan terkait identitas sosial yang terbentuk melalui unggahan di TikTok dan Instagram.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Proses penelitian dimulai dengan menentukan fokus pada konten yang diunggah oleh pengguna Gen Z di TikTok dan Instagram dalam periode enam bulan terakhir. Konten relevan dengan tema identitas sosial, seperti ekspresi diri, nilai sosial, tren budaya, serta interaksi yang

berkaitan dengan pembentukan identitas dalam lingkungan sosial digital. Fokus utama dari analisis adalah untuk memahami pengaruh interaksi sosial, norma yang berkembang di media sosial, serta konstruk nilai dan pandangan dunia yang terbentuk.

2. Sampel

Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dengan memilih konten yang memiliki relevansi tinggi terhadap tema pembentukan identitas sosial. Dengan konten berdasarkan kriteria tertentu, seperti unggahan yang memiliki tingkat interaksi yang tinggi seperti komentar, like, dan share serta berasal dari pengguna yang teridentifikasi sebagai Gen Z berdasarkan informasi yang tercantum dalam profil mereka. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh sampel yang representatif dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Sumber Data

Peneliti melakukan observasi digital atau pengamatan terhadap konten-konten yang diunggah. Data yang dikumpulkan mencakup teks, gambar, dan video yang diunggah oleh pengguna di TikTok dan Instagram. Semua data yang dikumpulkan merupakan data yang dapat diakses secara publik dan tidak memerlukan interaksi langsung dengan peserta. Dengan metode ini, peneliti dapat memperoleh data yang asli dan tidak terdistorsi oleh pengaruh luar.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi konten media sosial, terutama TikTok dan Instagram, yang relevan dengan pembentukan identitas sosial Gen Z. Data dikumpulkan melalui pengamatan terhadap unggahan yang berupa teks, gambar, dan video yang dipublikasikan oleh pengguna. Pengamatan dilakukan dengan memfokuskan pada unggahan yang menggambarkan ekspresi diri dan identitas sosial. Selanjutnya, data yang terkumpul dikategorikan menggunakan teknik pengkodean untuk mengidentifikasi tema-tema utama seperti ekspresi diri, interaksi sosial, dan norma yang berkembang di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, terhadap pembentukan identitas sosial Gen Z. Berdasarkan analisis konten dari unggahan-unggahan yang dilakukan oleh Gen Z di kedua platform tersebut, terdapat beberapa temuan utama yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hasil Penelitian

Hasil gambaran dalam unggahan Gen Z di TikTok dan Instagram, yang menunjukkan bagaimana mereka membentuk identitas sosial mereka.

Tabel 1. Tema-tema Pembentukan Identitas Sosial Gen Z di TikTok dan Instagram

Tema	Deskripsi	Contoh Konten
Ekspresi Diri	Unggahan yang menunjukkan pandangan hidup dan gaya hidup.	Video selfie dengan pesan pribadi atau opini tentang isu tertentu.
Interaksi Sosial	Respons teman sebaya terhadap konten yang diunggah.	Komentar, like, dan share dari teman sebaya di unggahan pengguna.
Konsumerisme Digital	Pembentukan identitas melalui barang atau produk yang dibeli dan dibagikan.	Postingan tentang unboxing produk atau review barang fashion.
Partisipasi dalam Tren	Menyertai tantangan atau trend yang sedang viral.	Video mengikuti tantangan dance viral atau partisipasi

Tema	Deskripsi	Contoh Konten
Norma Sosial Digital	Pembentukan norma sosial berdasarkan interaksi online.	dalam challenge hashtag. Berbicara atau berbagi konten mengenai isu sosial seperti kesetaraan gender, lingkungan, dll

Konten yang diunggah oleh Gen Z cenderung menampilkan ekspresi diri yang kuat, yang berfokus pada gaya hidup pribadi, opini, dan nilai-nilai yang diyakini. Se jauh mana teknologi akan berkembang dalam menghasilkan gambar yang lebih menyeluruh tentang orang lain sulit untuk diprediksi, tetapi diperlukan pengembangan teknologi yang lebih memenuhi kebutuhan tersebut (Rizki Setiawan, 2020). Teks dalam caption, visual, dan video menunjukkan identitas yang dibangun melalui penggunaan simbol-simbol dan tren digital yang sedang berkembang. Gen Z menggunakan TikTok dan Instagram untuk mengekspresikan pandangan pribadi mereka, serta menunjukkan bagaimana mereka ingin dilihat oleh masyarakat.

1. Interaksi dengan Teman Sebaya

Interaksi dalam bentuk komentar, like, dan share juga menunjukkan pengaruh besar terhadap pembentukan identitas sosial. Respon dari teman sebaya dan pengikut di media sosial memberikan validasi atau umpan balik terhadap eksistensi dan nilai yang dibangun oleh pengguna. Hal ini menunjukkan pentingnya pengakuan sosial dalam membentuk identitas.

2. Partisipasi dalam Tren dan Komunitas Sosial Digital

Gen Z sangat terlibat dalam tren atau tantangan viral yang berkembang di TikTok dan Instagram. Partisipasi dalam tren ini menciptakan rasa kebersamaan dan solidaritas di antara individu yang memiliki minat atau pandangan serupa. Melalui aktivitas ini, Gen Z membentuk dan menguatkan identitas sosial mereka berdasarkan norma yang berlaku dalam komunitas media sosial.

3. Konsumerisme dan Pembentukan Identitas Sosial

Konten yang menunjukkan konsumerisme digital—seperti unboxing produk, review barang, dan promosi fashion—menjadi bagian penting dalam pembentukan identitas sosial. Gen Z tidak hanya membentuk identitas berdasarkan ekspresi diri, tetapi juga berdasarkan konsumerisme yang menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Produk atau barang yang dikonsumsi sering kali menjadi simbol status sosial atau penanda identitas yang ingin ditampilkan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa media sosial, terutama TikTok dan Instagram, memiliki peran yang sangat signifikan dalam pembentukan identitas sosial Gen Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z menggunakan kedua platform ini untuk mengekspresikan diri mereka, berinteraksi dengan teman sebaya, berpartisipasi dalam tren yang sedang viral, dan menyebarkan nilai-nilai sosial yang mereka anggap penting. Pembentukan identitas sosial ini tidak hanya terjadi melalui ekspresi pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi sosial dan norma yang berkembang di komunitas digital.

Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa ekspresi diri menjadi salah satu cara utama bagi Gen Z untuk membentuk identitas sosial mereka. Konten yang diunggah, baik dalam bentuk video, gambar, maupun teks, seringkali mencerminkan pandangan hidup pribadi dan gaya hidup mereka. TikTok, dengan format video pendek dan kreatifnya, memberi ruang bagi Gen Z untuk mengekspresikan opini, perasaan, atau bahkan keprihatinan sosial mereka. Demikian pula dengan Instagram, yang memungkinkan mereka untuk berbagi momen-momen pribadi dalam bentuk foto atau cerita (*stories*), yang semakin menunjukkan siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain.

Namun, ekspresi diri ini tidak berjalan dalam ruang kosong. Interaksi sosial melalui komentar, like, share, dan pesan pribadi menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam pembentukan identitas. Validasi atau umpan balik dari teman sebaya dan pengikut di media sosial memengaruhi bagaimana Gen Z melihat dan memperkuat identitas yang mereka ciptakan. Respon yang diterima dari konten yang mereka unggah memberikan semacam konfirmasi sosial yang memperkuat citra diri mereka. Ini selaras dengan teori interaksi simbolik yang menyatakan bahwa individu membangun identitas mereka melalui interaksi sosial dan interpretasi terhadap tindakan orang lain dalam konteks sosial tertentu.

Selain itu, fenomena partisipasi dalam tren juga sangat mempengaruhi identitas sosial Gen Z. TikTok dan Instagram dipenuhi dengan tantangan viral, meme, dan hashtag yang sering digunakan untuk menciptakan keseragaman dalam cara Gen Z mengekspresikan diri. Misalnya, melalui partisipasi dalam tantangan tarian atau meme yang sedang tren, mereka merasa menjadi bagian dari komunitas yang lebih besar dan memiliki pemahaman yang sama tentang apa yang sedang relevan atau populer. Partisipasi ini memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas di antara mereka, yang pada gilirannya memperkuat identitas sosial yang mereka bangun.

Penting untuk dicatat bahwa partisipasi dalam tren tidak hanya berbicara tentang aspek hiburan atau kreatif semata. Banyak dari tren tersebut juga berhubungan dengan nilai sosial yang lebih luas, seperti keberagaman, kesetaraan gender, atau keberlanjutan. Dalam hal ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat ekspresi diri, tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan dan menguatkan norma sosial yang diyakini oleh Gen Z. Konten yang membahas isu-isu sosial ini, misalnya mengenai perubahan iklim atau kesadaran terhadap hak asasi manusia, menjadi bagian integral dari identitas sosial mereka.

Selain itu, konsumerisme digital juga memainkan peran penting dalam pembentukan identitas sosial Gen Z. Konten yang berkaitan dengan unboxing produk, review barang, atau promosi fashion sering kali menjadi bagian dari identitas yang dibentuk oleh mereka. Barang atau produk yang mereka konsumsi dan tampilkan melalui media sosial sering kali menjadi simbol status atau penanda identitas tertentu. Ini sesuai dengan konsep konsumsi kultural yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu, yang menjelaskan bahwa barang-barang yang dikonsumsi bukan hanya menunjukkan status sosial seseorang, tetapi juga mencerminkan identitas dan nilai yang ingin ditampilkan kepada orang lain.

Terakhir, pembentukan norma sosial digital melalui media sosial menunjukkan bagaimana Gen Z secara tidak langsung terlibat dalam penciptaan dan pemeliharaan norma-norma sosial yang berkembang di platform-platform ini. Misalnya, melalui interaksi dengan teman sebaya dan komunitas, Gen Z belajar tentang norma yang berlaku, baik itu norma yang berkaitan dengan cara berpakaian, berbicara, atau bahkan menyikapi masalah sosial. Norma-norma ini kemudian diterima dan dipraktikkan oleh Gen Z dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pembentukan identitas sosial Gen Z melalui media sosial merupakan proses yang sangat dinamis, dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk ekspresi diri, interaksi sosial, partisipasi dalam tren, dan norma yang berkembang di dunia digital. Media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, memberikan ruang bagi Gen Z untuk mengekspresikan diri, menemukan komunitas yang memiliki pandangan serupa, serta membangun dan memperkuat identitas sosial mereka. Sebagai alat utama dalam kehidupan sehari-hari mereka, media sosial berperan penting dalam membentuk bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh dunia.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok dan Instagram,

memiliki peran besar dalam pembentukan identitas sosial Gen Z. Sesuai dengan harapan dalam bab "Pendahuluan," hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Gen Z memanfaatkan media sosial untuk mengekspresikan diri, berinteraksi dengan teman sebaya, dan berpartisipasi dalam berbagai tren yang membentuk identitas sosial mereka. Proses ini melibatkan berbagai aspek, seperti ekspresi diri, interaksi sosial, partisipasi dalam tren, dan norma yang berkembang di platform tersebut.

Penelitian ini membuka ruang untuk pengembangan lebih lanjut mengenai dampak media sosial terhadap pembentukan nilai dan norma sosial Gen Z, serta bagaimana pengaruh ini dapat berbeda antara individu atau kelompok yang berbeda dalam masyarakat. Penerapan penelitian ini dapat membantu pendidik dan praktisi dalam merancang kurikulum yang lebih relevan dan responsif terhadap pengaruh media sosial, serta memberikan panduan bagi Gen Z dalam memanfaatkan media sosial secara positif untuk pembentukan identitas sosial mereka.

PENGAKUAN

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan nikmat yang begitu luar biasa. Karena dengan nikmat tersebut, saya dapat menyelesaikan Jurnal Penelitian dengan judul "Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen z Di Aplikasi Tiktok Dan Instagram". Pada kesempatan ini, dalam penulisan jurnal penelitian saya saya mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan Terima Kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya baik berupa dukungan moral maupun dukungan material.
2. Bapak Rizki Setiawan, S. Sos., M.Si. dan Ibu Stevany Afrizal, M.Sos. Sebagai Dosen Pengampu Mata Kuliah Penulisan dan Publikasi Karya Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah memberikan bimbingan dalam melakukan pengajaran mata kuliah tersebut dan memberikan arahan mengenai observasi kepada saya sehingga dapat menyelesaikan jurnal penelitian dengan tepat pada waktunya.
3. Ibu Dosen Septi Kuntari, S.Pd., M.Pd. Sebagai Dosen Partner yang telah membimbing dan membantu selama penulisan jurnal.
4. Sahabat saya, Reni Rizkyani yang sudah memberikan semangat motivasi pada penulis dan membantu dalam penyelesaian penulisan hingga jurnal penelitian ini selesai.

DAFTAR REFERENSI

- Afrizal, S. Kuntari, R. Setiawan, dan W. H. Legiani, "Perubahan Sosial pada Budaya Digital dalam Pendidikan Karakter Anak," *Jurnal Pendidikan Sosial*, vol. 3, no. 1, hlm. 429-436. [Online]. Tersedia: https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=-78c2JMMAAAAJ&citation_for_view=-78c2JMMAAAAJ:0EnyYjriUFMC.
- Arifin dan M. Nur, "Media Sosial dan Pembentukan Identitas Sosial pada Generasi Z," *Jurnal Pendidikan Sosial*, vol. 12, no. 2, hlm. 45-58, 2020.
- Fitriani dan A. Azis, "Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial: Studi Kasus pada Generasi Z di Instagram dan TikTok," *Jurnal Sosiologi Pendidikan*, vol. 13, no. 1, hlm. 79-92, 2021.
- Gambarato dan M. D. Gonçalves, "The Role of Instagram in Youth Identity Construction: A Study of Brazilian Youth," *Journal of Youth Studies*, vol. 23, no. 2, hlm. 159-174, 2020. [Online]. Tersedia: <https://doi.org/10.1080/13676261.2019.1675272>.
- Hearn dan S. Schoenhoff, "Theorizing Digital Media and Identity: A Critical Review of the
-

-
- Literature," *Media, Culture & Society*, vol. 40, no. 5, hlm. 763-780, 2018. [Online]. Tersedia: <https://doi.org/10.1177/0163443718772410>.
- Hidayati, "Identitas Sosial dan Media Sosial: Pengaruh Instagram terhadap Generasi Z," *Sosialita: Jurnal Ilmiah Sosial*, vol. 5, no. 3, hlm. 101-112, 2019.
- Kurniawan dan M. Rasyid, "Media Sosial sebagai Alat Ekspresi Diri: TikTok dan Instagram pada Generasi Z," *Jurnal Media dan Sosial Budaya*, vol. 4, no. 1, hlm. 33-47, 2022.
- Purnama dan Y. Wibowo, "Dinamika Identitas Sosial di Media Sosial: Studi tentang Generasi Z dan Peran TikTok serta Instagram," *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, vol. 17, no. 2, hlm. 55-67, 2021.
- Sari, "Konstruksi Identitas Generasi Z dalam Era Digital," *Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, vol. 9, no. 4, hlm. 123-135, 2020.
- Setiawan, "Karakteristik Dasar Literasi Digital dan Relasi Sosial Generasi Milenial Banten," *Sosioglobal*, [Online]. Tersedia: <https://jurnal.unpad.ac.id/sosioglobal/article/view/27540>.
- Setiawan, "Kebebasan Ekspresi Individual dalam Pembangunan Manusia Era Digital," *Jurnal PSNP*, [Online]. Tersedia: <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/psnp/article/view/169-178>.
- Setiawan dan N. Audie, "Media Sosial Instagram sebagai Presentasi Diri pada Mahasiswi Pendidikan Sosiologi FKIP Untirta," *Jurnal Sosiologi*, vol. 6, no. 1. [Online]. Tersedia: https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=-78c2JMMAAAJ&citation_for_view=-78c2JMMAAAJ:4DMP91E08xMC.
- Setiawan dan P. A. Nabila, "Penggunaan Aplikasi Tiktok dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja di Desa Pisangan Jaya, Kabupaten Tangerang," *Jurnal Teknologi dan Sosial*, vol. 4, no. 3. [Online]. Tersedia: https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=-78c2JMMAAAJ&citation_for_view=-78c2JMMAAAJ:aqlVkmm33-oC.
- Susanti, "Norma Sosial dan Partisipasi dalam Media Sosial: Dampaknya terhadap Pembentukan Identitas Generasi Z," *Sosiologi Indonesia*, vol. 14, no. 3, hlm. 67-80, 2018.
- Yuliana, "Peran TikTok dalam Pembentukan Identitas Sosial Remaja," *Jurnal Teknologi dan Sosial*, vol. 12, no. 1, hlm. 93-107, 2019.
-