

## Digital communication ala Bunda Corla: self disclosure fitur live media sosial

Ulfa Yuniati<sup>1a</sup>, Euis Evi Puspitasari<sup>1b</sup>, Vivih Alawiyah<sup>1c</sup>, Aghnia Rahmatillah<sup>1d</sup>

<sup>1</sup> Universitas Muhammadiyah Bandung

<sup>a</sup> ulfa.yuniati@gmail.com, <sup>b</sup>evi.puspita@umbandung.ac.id, <sup>c</sup>vvhalawiyah29@gmail.com, <sup>d</sup>aghniindut06@gmail.com

### INFO ARTIKEL

#### Keywords

Digital communication  
Media Sosial  
Live Tiktok  
Self disclosure

### ABSTRAK

Peralihan komunikasi langsung ke digital di media sosial menjadi tren setiap generasi. Generasi ke generasi mengonsumsi media sekedar kebutuhan informasi, mengikuti tren, *lifestyle*, alat penunjukan diri, serta komodifikasi dalam bisnis. Bunda Corla memberikan warna baru pada digital communication di media sosial menggunakan fitur live tiktok. Tujuan penelitian adalah menganalisis *digital communication*, maksud *self disclosure* dan self presentation yang dilakukan oleh Bunda Corla melalui live tiktok. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan teori pengungkapan diri Bunda Corla di media sosial fitur live tiktok. Hasil penelitian adalah fitur komunikasi digital di media sosial meningkatkan pengungkapan diri, umpan balik yang mendukung presentasi diri, dan juga pengelolaan tayangan konten di media sosial. Pengungkapan diri yang dilakukan Bunda Corla di antaranya mengekspresikan pikiran pribadi dan emosional positif dalam memaknai kehidupan. Sifat konten sederhana, namun membangkitkan *positive vibes* kepada penonton hingga mendapatkan *gift* adalah bentuk pengungkapan yang didorong oleh pengembangan relasional untuk meningkatkan kedekatan dengan orang lain di dunia maya serta melepaskan perasaan terpendam melalui ekspresi diri di media sosial. Konten sederhana menjadi viral dan mendapatkan dukungan simpati dan empati dari setiap generasi dalam media sosial.

## 1. Pendahuluan

Di era modern yang serba digital ini, kegiatan apapun dapat dilakukan dengan mudah salah satunya kegiatan berkomunikasi (Agusti & Anggoro, 2021). Manusia berkomunikasi dizaman dahulu hanya bisa dilakukan dengan dekat jarak dekat dan secara langsung saja. Namun, kini dengan perkembangan zaman yang semakin pesat dunia digital pun tidak kalah dalam perkembangan komunikasi. Pengertian dari komunikasi itu sendiri adalah sebuah proses yang menghubungkan beberapa individu supaya maksud tujuan dan pesan bisa tersampaikan (Utami, 2022). Komunikasi yang diinginkan tentunya hubungan yang komunikatif dimana komunikator dan komunikan sama-sama menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif. Interaksi dan penyampaian pesan yang cepat juga merupakan salah satu bentuk dari interaksi yang komunikatif. Sarana komunikasi dua arah yang efektif menggunakan platform digital atau sosial media memiliki keunggulan dalam penyampaian pesan secara cepat (Fadillah, 2019).

Fenomena gaya hidup digital juga ternyata mengubah gaya dalam berkomunikasi (Setyaningsih et al., 2020). Dampak dari pandemi yang dialami selama dua tahun terakhir menjadikan masyarakat khususnya Indonesia lebih sering menggunakan media atau platform digital sebagai alat komunikasi karena keterbatasan interaksi secara tatap muka. Respon yang cepat, jangkauan yang luas, dan penyampaian pesan yang cepat menjadi dasar Daya tarik yang tinggi dari penggunaan komunikasi digital (Rully Khairul Anwar, 2017).

Gaya hidup digital menggunakan media sosial adalah kegiatan komunikasi pada masyarakat pasca pandemi. New media atau media baru merupakan komunikasi digital yang menggunakan media untuk dapat menyalurkan informasi atau pesan yang akan disampaikan melalui fitur dan platform yang luar biasa dan menarik. Media baru juga memiliki peran aktif dalam komunikasi digital, karena banyak hal bila di ekspos pada media baru dapat dengan mudah memberikan impact dalam kehidupan nyata maupun dunia maya (Fadillah et al., 2022). Salah satu aplikasi TikTok yang di rilis secara resmi pada tahun 2016 di Tiongkok (Jandevi & Zareen, 2020). Namun semenjak pandemi, aplikasi ini ramai di perbincangkan dan memiliki pengguna aktif sebanyak 2 milyar di dunia. Para Pengguna aplikasi ini biasanya sangat atraktif karena TikTok merupakan aplikasi dengan fitur beragam yang memfasilitasi pengguna untuk mengekspresikan diri lebih bebas dengan membuat video musik (Oktaheriyani et al., 2020).

Salah satu fitur aplikasi TikTok bernama live TikTok, menyajikan pilihan fitur siaran langsung untuk pemilik akun atau komunikator berinteraksi dengan komunitas atau para pengikut akun. Siaran langsung eksis kembali dengan kemampuan penyampaian video dengan realitas waktu melalui internet setelah lama vakum (Fadillah et al., 2022). Ternyata teknologi video siaran langsung menumbuhkan antusias baru pada komunikasi digital terutama pada masa pandemi (Faklaris et al., 2020).

Beberapa bulan terakhir pada tahun 2022, Indonesia di hebohkan kembali dengan artis lampau yang telah lama pada kancah industri hiburan yaitu Bunda Corla. Beliau menjadi viral kembali karena aktivitas kesehariannya yang ia siarkan secara langsung pada aplikasi TikTok menjadi hiburan bagi masyarakat luas di Indonesia. Bunda Corla melakukan siaran langsung dengan konten sederhana dan menampilkan interaksi langsung yang menghibur bagi pengguna TikTok (Sloan et al., 2017). Siaran langsung yang dilakukan oleh Bunda Corla merupakan self disclosure yang mana ia menunjukkan sifat pengungkapan diri dari berbagai emosi dan situasi lingkungan. Pengungkapan diri yang dilakukan saat live diantaranya berupa aktivitas keseharian di Jerman, informasi pribadi, yang mana topik atau tema setiap live begitu random.

Live TikTok yang dilakukan oleh Bunda Corla ini memberikan dampak yang memuaskan bagi para penontonnya. Tentu saja live TikTok yang dilakukan Bunda Corla adalah unsur dari self disclosure (Xu et al., 2019). Self disclosure yang dilakukan Bunda Corla menarik perhatian masyarakat, bermula pada awalnya live di platform media sosial Instagram hingga kini menjadi live di aplikasi TikTok. Tidak jarang pada saat live Bunda Corla mendapatkan banyak gift dari para penontonya karena self disclosure yang Bunda Corla perlihatkan sangat menghibur sehingga banyak penonton yang memberikan gift dengan tak cuma-cuma.

Video berdurasi pendek yang bergenre Kuaishou dan mengalahkan Weibo (Second Beat), bernama TikTok. TikTok adalah media sosial yang memuat video pendek kreatif dengan diiringi musik yang dapat diupload melalui media sosial (Tang, 2019). TikTok merupakan platform yang isinya membuat video berdurasi sekitar 15 detik hingga 3 menit dengan disediakan fitur penambah musik, filter, dan fitur-fitur kreatif lainnya. (Hastuti, 2022).

Media sosial TikTok memiliki berbagai macam konten bukan hanya mengenai tarian kekinian saja namun adapula serangkaian klip pendek yang menceritakan sebuah cerita kehidupan, misteri, fakta-fakta, kejadian, dan sebagainya (Hawali & Cyrielle, 2020). Video yang diposting dapat diberi caption dengan tagar yang sedang trending untuk mendeskripsikan isi video tersebut. Hashtag yang sering digunakan dapat menjadi trending topik dan lagu yang ditambahkan ke video juga dapat mencapai status trending (Salb & Media, n.d.), serta konten yang memuat hiburan komedi, tips, edukasi, tutorial, tari dan sebagainya (Hastuti, 2022).

Menurut Infegy Postingan di TikTok sebagian besar dapat ditempatkan ke dalam empat kategori utama dalam (Salb & Media, n.d.) diantaranya; 1) Informatif – memberi tahu khalayak; 2) Tren dan tantangan ini berkaitan dengan challenge yang sedang viral dengan tagar dan musik tertentu; 3) Hiburan influencer adalah dibuat oleh influencer yang memiliki banyak pengikut; 4) nyata yakni cerita dan pengalaman yang dapat dihubungkan dan dibagikan kepada khalayak dengan cara yang mentah tanpa editan apapun. Terdapat Survei yang menyatakan bahwa pengguna TikTok di AS dan Inggris oleh GlobalWebIndex dalam (Salb & Media, n.d.) menemukan alasan utama 19 orang menggunakan TikTok yakni untuk mendapatkan hiburan, inspirasi, wujud ekspresi diri, promosi, pembuat & pengikut tren, dan untuk tujuan sosial Serta adanya tanggapan yang menunjukkan bahwa

jenis konten yang paling disukai masyarakat dari pengguna adalah konten lucu, video kreatif, trending, informatif, motivasi, dan praktis.

Banyaknya fitur TikTok yang membuat aplikasi tersebut banyak digemari oleh masyarakat. Adapun fitur – fitur yang tersedia di TikTok yaitu pengikut & mengikuti, membuat video, efek (filter), stich, duet, live, draft, Q&A, hastag atau tagar video TikTok, tambah lokasi, dan tiktokshop. Salah satu fitur TikTok yang menyita perhatian saat ini adalah fitur live. Fitur live sedang digemari dan di gandrungi oleh para konten kreator karena pada fitur live ketika seseorang melakukan live pada akun TikTiknya bisa penonton di akun tersebut dapat memberikan gift (hadiah) untuk konten kreator yang melakukan live. Berbagai macam gift yang menghasilkan rupiah dengan berbeda- beda nominal yang ada pada gift TikTok. Sehingga konten kreator dapat menghasilkan uang dari live TikTok yang dilakukan dengan syarat para penonton tersebut memberikan gift atas live yang dilakukan.

Interaksi yang dilakukan Bunda Corla pada akun TikTok miliknya lewat fitur live (siaran langsung) yang mencuri perhatian masyarakat baik dari yang kalangan biasa hingga artis-artis di Indonesia menonton tanyangan live TikTok Bunda Corla. Hal tersebut karena pengaruh dari digital komunikasi yang membuat orang- orang mudah berinteraksi dengan orang lain sehingga banyak yang menonton Bunda Corla dari berbagai negara. Serta tidak lupa juga dengan penyampaian self disclosure yang Bunda Corla ungkapkan dari dirinya yang membuat para penonton terhibur. Maka dari itu, peneliti akan memberikan analisis terhadap komunikasi digital yang Bunda Corla gunakan pada fitur live TikTok dengan menunjukkan self disclosure pada para pengguna TikTok.

## 2. Metodologi

### 2.1. Pendekatan penelitian (Heading 2)

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode penelitian kualitatif. Bertujuan untuk menggali konstruksi dari suatu realitas (Kriyantono, 2012; Yin, 2011). Realitas yang dilakukan Bunda Corla melalui live Instagram menjadi objek penelitian, yang mana terjadi *self disclosure* melalui media sosial.

### 2.2. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diantaranya melakukan pengamatan biasa pada konten Instagram Bunda Corla tentang bagaimana ia melakukan *self disclosure*. Data lain yaitu berupa dokumentasi yang diperoleh sebagai informasi tambahan diantaranya tangkapan layar konten-konten, video unggahan yang tersimpan di *Youtube* Bunda Corla, serta video unggahan ulang dari pengguna media Tiktok.

## 3. Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pengungkapan diri atau lebih dikenal *self disclosure* dan penetrasi sosial yang memiliki keterkaitan dengan interaksi sosial, membina hubungan dari tingkat keintiman yang lebih dalam dengan ruang lain.

### 3.1. Penetrasi Sosial

Teori penetrasi sosial adalah individu yang memiliki sikap terbuka terhadap pihak lain sehingga membuat proses pembangunan hubungan dari tingkat keintiman yang lebih dalam dengan ruang lain (Al Aziz, 2021). Menurut Littlejohn dalam (Al Aziz, 2021) menyatakan bahwa teori penetrasi sosial yakni dimana manusia dengan manusia lain akan mempertimbangkan hubungan dan interaksi pada indikator cost. Apabila interaksi yang terjadi dianggap memuaskan, maka hubungan yang terjalin dapat dianggap baik. Akan tetapi jika interaksi tidak dianggap memuaskan, maka hubungan tersebut akan dievaluasi antara yang sudah dilakukan dengan nanti manfaat yang diterima (Ayunda & Megantari, 2021).

Terdapat lima tahap yang terjadi pada teori penetrasi sosial, yaitu : (1) Tahap orientasi, dimana individu memulai percakapan yang sederhana dan tidak penting; (2) tahap eksploratif-afentif yaitu individu yang menampakkan wujud aslinya dengan lebih mengekspresikan diri terhadap suatu hal; (3) tahap afektif, yakni ketika individu telah membuka masalah pribadi; (4) Panggung yang stabil, dimana ketika kita bisa memprediksi reaksi emosional orang lain yang mana hal tersebut dapat

membuat hubungan kedua pihak menjadi lebih dekat; (5) depenetrasi, adalah kondisi yang terjadi ketika disadari bahwa terlalu besar yang telah dilakukan dengan dibarengi manfaat yang diberikan dalam hubungan. Tentu saja hal tersebut akan mengarah pada pemutusan hubungan.

### 3.2 Self Disclosure

Self disclosure yakni suatu komunikasi yang mana mengungkapkan informasi mengenai diri sendiri yang awalnya disembunyikan (Hastuti, 2022). Dengan kata lain, self disclosure merupakan pengungkapan jati diri kita dengan mengungkapkannya pada orang lain tanpa ada yang disembunyikan. Self disclosure umumnya dapat dianggap sebagai pengungkapan jati diri yang disampaikan kepada orang lain dengan maksud dan tujuan tertentu. Istilah self disclosure dalam psikologi yaitu kegiatan yang membagikan mengenai jati diri seseorang melibatkan informasi perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi serta ide yang terdapat dalam diri individu (Dayakisni & Hamidah 2009) dalam (Fauzia et al., 2019). Adanya self disclosure seorang individu dapat mengungkapkan perasaannya, pendapatnya, keinginannya, dan sebagainya (Fauzia et al., 2019).



*Self disclosure* biasanya diungkapkan secara bertatap muka langsung. Namun seiring berjalannya waktu kemajuan teknologi digital membuat pengungkapan diri ini menjadi berubah ke arah digital yaitu media sosial, sehingga banyak diantaranya yang membagikan informasi mengenai dirinya dengan mengungkapkan kepada khalayak banyak. *Self disclosure* sendiri biasanya digunakan oleh *influencer*, artis, atau bahkan sekarang biasa pun memakai *self disclosure* pada media sosial masing-masing, yang dimana hal tersebut membuat manusia-manusia lebih terbuka akan dirinya kepada orang, salah satunya agar bisa menghibur orang lain dengan menunjukkan dirinya.

Terdapat lima fungsi *self disclosure* diantaranya: (1) ekspresi ditunjukkan ketika sedang mengekspresikan perasaan dan beberapa hal lainnya yang selama ini disembunyikan; (2) penjernihan diri dimaksud disini adalah membagikan cerita kehidupannya kepada orang banyak baik ketika ada permasalahan maupun tidak sehingga dapat menyikapinya dari perspektif orang lain yang membuat pikiran lebih terbuka; (3) keabsahan sosial yakni pandangan, reaksi, dan persepsi yang diberikan orang lain atas *self disclosure*; (4) mengendalikan situasi komunikasi; (5) meningkatkan hubungan yakni saling memberikan informasi satu sama lain yang dapat membuat individu saling percaya dan nyaman saat melakukan *self disclosure*.

## 4. Temuan dan Pembahasan

Bunda Corla menjadi viral atau perbincangan pertama kali melalui twitter. Kejadian ini membuat rasa penasaran pengguna media mencari media sosial dan melihat saat Bunda Corla live. Alhasil Bunda Corla saat ini memiliki pengikut di media sosialnya (Instagram, Tiktok, Twitter) hingga kurang lebih sebanyak 5M. dan video unggahan yang disukai kurang lebih 3K-5M. (table 1).

Tabel 1. Media Sosial Bunda Corla

Sosial Media	Followers	Figure
Instagram	5.7M	
Tiktok	2.9M ; Likes: 7.8M	

Bunda Corla berhasil membuat khalayak menonton setiap melakukan *live streaming*. Alur perbincangan yang biasa, tidak dibuat-buat maupun mencari ketenaran justru mendapatkan jumlah penonton hingga mencapai lima ratus ribu. Jumlah yang dapat dikatakan sangat sulit untuk diraih oleh artis maupun *influencer* yang akunnya *verified* atau telah centang biru.

Pencapaian yang diraih oleh Bunda Corla tidak terlepas dari *self disclosure* atau pengungkapan diri yang dilakukan tanpa sadar oleh Bunda Corla. Menurut Ma, Hancock, & Naaman (2016) *self disclosure* dapat, memiliki banyak manfaat bagi individu, membantu keterhubungan antarmanusia, serta melepaskan stres. Hal ini serupa dengan penelitian Luo & Hancock (2020) melepaskan stress di media sosial mempengaruhi *well-being* melalui beberapa mekanisme. Ada empat mekanisme yang menonjol dalam literatur pengungkapan diri pada *well-being* yakni keterhubungan, dukungan sosial, proses kapitalisasi, dan keadaan psikis yang sebenarnya. Hal ini berhubungan dengan lima fungsi *self disclosure* yangmana Bunda Corla mampu mengekspresikan perasaannya yang dipendam dan berbagi,, sehingga memiliki peningkatan hubungan dengan individu lainnya dengan bertukar informasi yang dapat dilihat dari interaksi yang hangat dengan “anak-anak” (penonton) yang menontonnya saat *live*.

Keempat mekanisme yang menampilkan kehidupan sederhana di Jerman, membagikan pengalaman pribadinya, tema *random* setiap *live*, bahasa sederhana dan ceplas-ceplos dengan logat Medan, beberapa video memberikan pesan motivasi, empati yang dilakukan oleh Bunda Corla melalui media *live Instagram*. (tabel 2).

Bunda Corla memiliki pandangan berbeda terhadap agama lain artinya adalah menjaga hubungan yang harmonis dikarenakan tinggal di Jerman yang mayoritas non muslim. Sikap yang dilakukannya adalah dengan menyanyikan lagu untuk menumbuhkan kerukunan dan harmoni di antara sesama manusia. (Gambar 7).

**Table 2 :** Analisis Self Disclosure Berdasarkan konten dan Interaksi di Live Instagram

Konten	Interaksi Penggemar di Kolom Komentar	Gambar
Ketika penggemar memberikan gift pertama yakni kumis, topi. Namun Bunda Corla tidak menyukainya	“hanya bunda corla yang menerima gift biasa saja” “gift bisa dituker dengan uang bun”	Gambar 1
Menggunakan bahasa sederhana. Namun terlalu banyak kata-kata yang tidak baik jika anak-anak mendengarnya. Seperti: yaolo yaolo, a*ng.		
Bunda Corla sedang sedih sambil melantunkan Sholawat mengingat Allah SWT.	“bunda jangan sedih ada kita” “jangan kesepian bun ada kita semua”	Gambar 2
Berbagi cerita tentang lagu kenangan saat di dalam bus bersama seorang pria yang menemaninya membunuh kebosanan selama	“Bundaa..lai sanag hati Mancaliak bunda Corla tahibua awak”	Gambar 3
Empati terhadap gempa Cianjur dengan Bahasa nonverbal yang halus, tidak meletup-letup seperti biasanya. “Tetap bersyukur bahwa Allah masih sayang pada rakyat Indonesia, bencana yang terjadi sebagai ujian untuk mengangkat derajat hamba-hambaNya	“Betul banget yang bunda omongin, setiap manusia pasti punya cobaan masing-masing...”	Gambar 4
Berbagi cerita saat makan sehabis pulang kerja, sengaja <i>live</i> agar seluruh dunia tahu seperti apa pekerjaan bunda Corla “ kaki dijadikan kepala, kepala dijadikan kaki, leher jadi tanduk” untuk memotivasi agar para penggemarnya bekerja	“pulang kerja bunda makan ya Allah ga tega ngeliatnya pasti cape banget” “makanya kerja, jangan nganggur”	Gambar 5

jangan mengganggu

Ekspresi sedih, marah dan sakit hati karena adanya kesalahpahaman dengan sahabatnya mak Rosa

“aa... ikutan nangis, aku percaya bunda dan mak Rosa orang baik”. “baru ini liat bunda nangis”

Gambar 6

“thanks bunda”

Berdasarkan tabel 2, seni *self disclosure* oleh Bunda Corla adalah tidak mencari sensasi dan keuntungan dari hasil *live* Instagram namun memiliki pesan-pesan yang ingin disampaikan diantaranya jika dihubungkan dengan 5 fungsi *self disclosure* hanya sedang mengekspresikan perasaan dan beberapa hal yang tersembunyi atau dipendam, sebagai pelepasan stress atau penjernihan diri. Penjernihan diri yakni dengan membagikan cerita kehidupannya baik selama di Jerman maupun kehidupan yang telah lalu dengan pasangannya. Lontaran-lontaran kalimat saat *live* (tabel 2) memberikan pesan-pesan motivasi kepada “anak-anak”nya agar ketika ada permasalahan maupun tidak dapat berpikir lebih terbuka dan menyikapinya dengan baik.

Pandangan atau persepsi orang lain tentunya memiliki reaksi positif dan reaksi negatif. Berdasarkan tabel 2 bahwa hal yang dilakukan Bunda Corla mendapatkan perhatian yang emosional positif dari “anak-anak” yang mampu mengendalikan situasi komunikasi yang dapat memberikan kedekatan atau keintiman yang baik.



Fig 1. Gift Penggemaar Saat Live



Fig 2. Berbagi Pengalaman Sedih

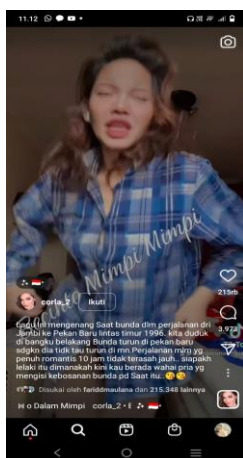


Fig 3. Berbagai Ceria



Fig 4. Empati terhadap Gempa Cianjur

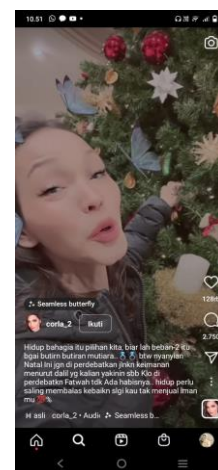


Fig 5. Pandangan Terhadap Agama Lain

## 5. Penutup

Fitur komunikasi digital di media sosial meningkatkan pengungkapan diri, umpan balik yang mendukung presentasi diri, dan juga pengelolaan tayangan konten di media sosial. Pengungkapan diri yang dilakukan Bunda Corla di antaranya mengekspresikan pikiran pribadi dan emosional positif dalam memaknai kehidupan. Sifat konten sederhana, namun membangkitkan *positive vibes* kepada penonton hingga mendapatkan *gift* adalah bentuk pengungkapan yang didorong oleh pengembangan relasional untuk meningkatkan kedekatan dengan orang lain di dunia maya serta melepaskan perasaan terpendam melalui ekspresi diri di media sosial. Konten sederhana menjadi viral dan mendapatkan dukungan simpati dan empati dari setiap generasi dalam media sosial.

Penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan adalah motif, konsep dan strategi personal branding yang dilakukan bunda Corla, dengan pendekatan fenomenologi dan melihat interaksi kolom komentar.

### Referensi

- Agusti, R., & Anggoro, A. D. (2021). Analisis media relations dinas Kominfo kabupaten Ponorogo (studi tentang kesesuaian isi press release pemberitaan Covid-19 di Ponorogo pada media massa). *COMMICAST*, 2(2), 133–138.
- Al Aziz, M. R. (2021). Fenomena Self-Disclosure Dalam Penggunaan. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130.
- Ayunda, F. B., & Megantari, K. (2021). Analisis manajemen event Reyog Jazz sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran budaya dan wisata Kabupaten Ponorogo. *Commicast*, 2(2), 81. <https://doi.org/10.12928/commicast.v2i2.3347>
- Fadillah, D. (2019). SOCIAL MEDIA AND GENERAL ELECTION IN SOUTHEAST ASIA (MALAYSIA 2018 AND INDONESIA 2019). *Jurnal Komunikasi: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i1.255>
- Fadillah, D., Farihanto, M. N., & Setiawan, R. A. D. (2022). “Senggol Bestie” as Media Promotion Among Muhammadiyah Universities. *Komunikator*, 14(2), 148–158.
- Faklaris, C., Cafaro, F., Blevins, A., O’Haver, M. A., & Singhal, N. (2020). A snapshot of bystander attitudes about mobile live-streaming video in public settings. *Informatics*, 7(2), 1–15. <https://doi.org/10.3390/informatics7020010>
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Bandung. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3), 151. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>
- Hastuti, R. A. (2022). SELF DISCLOSURE : HIDDEN TALENT REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KOTA PEKANBARU. 2005–2003, 8.5.2017, 7787.
- Hawali, B. G. M., & Cyrielle, D. (2020). Review of mass media effect in inter-cultural communication. *International Journal of Communication and Society*, 2(2), 94–101. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i2.153>
- Jandevi, U., & Zareen, M. (2020). Cross-cultural communication of the Indonesian students in China. *International Journal of Communication and Society*, 2(2), 79–85. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i2.96>
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetakan ke-6*. Kencana.
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 31, pp. 110–115). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- Ma, X., Hancock, J., & Naaman, M. (2016). Anonymity, intimacy and self-disclosure in social media. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 3857–3869. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858414>

- Oktaheriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin ). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7–52.
- Rully Khairul Anwar, A. R. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Komunikasi Digital*, 6(3), 1–5.
- Salb, S., & Media, C. (n.d.). # *NewsOnTikTok*. 1–72.
- Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2020). Penanaman etika komunikasi digital di pesantren melalui pemanfaatan e-learning. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 128. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.24538>
- Sloan, L., Quan-Haase, A., & Laestadius, L. (2017). Instagram. In *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. <https://doi.org/10.4135/9781473983847.n34>
- Tang, D. (2019). The New Situation of Marketing in the Self-Media Era-Taking Tik Tok as an Example. *2nd International Workshop on Advances in Social Sciences (IWASS 2019) The, December 2018*, 1557–1560. <https://doi.org/10.25236/iwass.2019.281>
- Utami, N. T. (2022). The role of social media instagram community to tourism promotion in Baubau city. *COMMICAST*, 3(1), 67–74.
- Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the causes of the “TikTok” app becoming popular and the existing problems. In *Journal of advanced management science*. joams.com. <http://www.joams.com/uploadfile/2019/0613/20190613034911476.pdf>
- Yin, R. (2011). *Studi Kasus Desain dan Metode (Terjemahan)*. Rajawali Pers.