

STUDI KASUS PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA TIKTOK DAN FACEBOOK DALAM MENGHADAPI ERA METAVERSE

Eliezer Rongre¹, Karolus Yores Tutpai², Heinrich Saneba³, Veibi Tambariki⁴

^{1,2,3,4}Universitas Parna Raya

eliezer@microsoft.parnaraya.ac.id

karolustutpai@gmail.com

heinrich@microsoft.parnaraya.ac.id

tambariki@microsoft.parnaraya.ac.id

Abstrak

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet sangatlah membawa pengaruh yang besar bagi kehidupan manusia dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Apalagi dunia Metaverse sudah mulai di gagasi oleh para pakar teknologi, Metaverse secara mudah dapat dipahami sebagai jagat raya yang dibangun di dunia virtual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial TikTok dan Facebook dalam menghadapi era metaverse di Manado pada tahun 2023. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 30 responden, Subjek dalam penelitian adalah responden asli manado, pengumpulan data dilakukan pada bulan desember. Analisis univariat ini untuk melihat suatu gambaran dari setiap distribusi frekuensi masing-masing Variabel yang akan diteliti seperti distribusi frekuensi tiap pertanyaan menggunakan Spss 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden (50,23%) setuju bahwa TikTok dan Facebook akan sangat bermanfaat jika memasuki era metaverse, baik untuk bisnis, pendidikan, maupun ekonomi. Namun, era metaverse juga memiliki dampak negatif seperti ancaman terhadap privasi data pribadi. Dalam penelitian ini TikTok dan Facebook sangat bermanfaat nantinya di era metaverse baik di bidang pendidikan, bisnis dan perdagangan dll. Tetapi selain itu juga nantinya era metaverse juga mempunyai dampak negatif dan positif. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengatur pengamanan data pribadi serta mengedukasi masyarakat tentang era metaverse agar penggunaannya dapat dilakukan dengan bertanggung jawab.

Kata kunci: TikTok, Facebook, era metaverse, manfaat, dampak negatif, privasi data, tanggung jawab.

Abstract

The advancement of internet-based Information and communication technology has brought huge influence to human life in daily activities. Moreover, the metaverse concept has begun to be initiated by technology experts. Metaverse can be understood as a virtual universe built in cyberspace. This study aims to analyze the use of TikTok and Facebook social media in facing the metaverse era in Manado in 2023. The research method is descriptive quantitative. Data were obtained from 30 native respondents of Manado through questionnaires and analyzed using univariate analysis to see the frequency distribution of each variable. The results showed the majority of respondents (50.23%) agreed that TikTok and Facebook are very useful for entering the metaverse era for business, education, and the digital economy. However, the metaverse era has the potential for negative impacts such as threats to personal data privacy. Thus, the government needs to regulate personal data security and educate the public so that the use of the metaverse is responsible.

Keywords: TikTok, Facebook, metaverse era, benefits, negative impacts, data privacy, responsibility.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia sehari-hari. Salah satu terobosan terkini yang menarik perhatian adalah konsep Metaverse, sebuah jagat raya virtual yang dibangun di dunia digital. Dengan semakin banyaknya aktivitas yang dilakukan secara online, media sosial telah memegang peranan penting dalam memfasilitasi interaksi dan berbagi informasi di antara masyarakat.

Media sosial seperti TikTok dan Facebook telah mencapai tingkat popularitas yang luar biasa, dengan jumlah pengguna aktif yang terus meningkat setiap tahunnya. TikTok, dengan kemampuannya dalam menyajikan konten video pendek yang atraktif, telah menjadi platform favorit bagi generasi muda. Sementara itu, Facebook tetap menjadi salah satu media sosial dengan basis pengguna terbesar di dunia, meskipun menghadapi persaingan ketat dari platform-platform lain.

Di tengah perkembangan era Metaverse, pemanfaatan media sosial seperti TikTok dan Facebook memiliki potensi yang besar untuk mendukung berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan dan literasi. Namun, di sisi lain, kedua platform ini juga dihadapkan pada tantangan dalam beradaptasi dengan teknologi Metaverse, seperti perubahan pola interaksi dan preferensi pengguna, serta persaingan dengan platform lain.

Kota Manado, sebagai salah satu pusat perkembangan teknologi di Indonesia, turut merasakan dampak dari era Metaverse. Dengan masyarakat yang semakin terhubung secara digital, pemanfaatan TikTok dan Facebook menjadi sangat relevan dalam menghadapi tantangan baru ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pemanfaatan TikTok dan Facebook oleh pengguna di Manado dalam menghadapi era Metaverse, serta untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh kedua platform tersebut dalam beradaptasi dengan teknologi Metaverse.

Melalui analisis yang mendalam, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika penggunaan media sosial dalam konteks perkembangan Metaverse, khususnya di kota Manado. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengembangan strategi yang lebih efektif dalam memanfaatkan media sosial untuk mendukung transformasi digital dan adaptasi terhadap era Metaverse.

Kajian Pustaka

Pengertian TikTok

TikTok adalah platform media sosial yang sangat berfokus pada konten video pendek (Stiawan & Muttaqin, 2023). Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk membuat, berbagi, dan menemukan video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. TikTok umumnya digunakan oleh kaum muda sebagai saluran untuk mengekspresikan diri mereka melalui bernyanyi, menari, dan berkomedis (Stiawan & Muttaqin, 2023).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan TikTok

Malimbe et al. (2021) menyebutkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi penggunaan TikTok, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi emosi, sikap, karakteristik pribadi, prasangka, keinginan, minat, proses belajar, kondisi fisik, nilai, kebutuhan, minat, dan motivasi. Sedangkan faktor eksternal meliputi riwayat keluarga, pengetahuan yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan di sekitar, kepadatan, ukuran, pertentangan, hal-hal baru dan akrab, atau tidak mengetahui satu objek.

Manfaat TikTok

TikTok dapat dimanfaatkan untuk personal branding, bisnis, hiburan, dan mengasah kemampuan (Novita et al., 2021; Estiana et al., 2022). Fitur duet dan stitch pada TikTok dapat digunakan oleh pemasar untuk meningkatkan keterlibatan dengan pengguna lainnya (Novita et al., 2021). Selain itu, TikTok juga dapat menjadi brand image dari sebuah produk melalui penggunaan tagar (hashtag) yang relevan (Estiana et al., 2022).

Dampak Positif dan Negatif TikTok

TikTok memiliki dampak positif seperti menggali kreativitas pengguna, menambah pengetahuan dari video yang bermanfaat, memberikan informasi terkini, dan menjadi tempat untuk mengadakan perbuatan yang tidak baik (Nugroho, 2023). Namun, TikTok juga memiliki dampak negatif seperti kecanduan, pengaruh goyangan dan pakaian tidak pantas, terobsesi dengan jumlah viewer dan like, serta kecanduan pada penggunaan smartphone (Nugroho, 2023).

Pengertian Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial di dunia maya yang digunakan untuk mencari teman baru, teman lama, dan lainnya (Muhammad, 2021). Facebook merupakan website jaringan sosial di mana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas berdasarkan negara, hobi, kota, pekerjaan, sekolah, dan daerah untuk melakukan komunikasi (Yudha, 2023).

Manfaat Facebook

Facebook memiliki manfaat sebagai tempat untuk mencari teman, promosi, diskusi, menjalin hubungan, belajar, dan bermain (Rachmadi, 2020). Selain itu, Facebook juga bermanfaat untuk bisnis seperti tempat jual beli, membangun dan meningkatkan brand, memperoleh target sasaran, dan beriklan (Rachmadi, 2020). Dalam bidang pendidikan, Facebook dapat menjadi tempat untuk memperoleh banyak teman sharing untuk belajar dan mencari informasi (Rachmadi, 2020).

Dampak Positif dan Negatif Facebook

Dampak positif dari Facebook antara lain membantu anak mengembangkan keterampilan teknis dan sosial, memperluas jaringan pertemanan, memotivasi anak untuk mengembangkan diri, serta membuat anak menjadi lebih bersahabat, perhatian, dan empati

(Setiyani, 2022). Sementara itu, dampak negatif dari Facebook meliputi mengurangi intensitas tatap muka, mempengaruhi kesehatan, pertengkaran atau keretakan hubungan, pornografi yang tidak dibatasi, dan pemborosan akses internet (Setiyani, 2022).

Pengertian Metaverse

Metaverse didefinisikan sebagai ruang futuristik terdesentralisasi yang menghubungkan virtual/augmented reality dan blockchain (Sutopo, 2023). Metaverse adalah jaringan real-time dari dunia virtual tiga dimensi yang dijalankan dalam skala besar dan dapat diakses oleh jumlah pengguna yang tidak terbatas secara serempak dan terus-menerus serta mendukung kelangsungan identitas, sejarah, hak, objek, komunikasi, dan pembayaran (Ball, dikutip dalam Sutopo, 2023).

Manfaat Metaverse

Manfaat Metaverse antara lain dalam bidang pendidikan dan pelatihan, hiburan, bisnis, kesehatan, dan pariwisata (Felix et al., 2021; Rachmadtullah et al., 2022). Metaverse dapat digunakan untuk menyediakan lingkungan virtual untuk pelatihan dan pendidikan, sebagai platform hiburan, tempat untuk melakukan transaksi bisnis, pengobatan dan terapi, serta mempromosikan tempat wisata.

Dampak Metaverse

Dampak positif dari Metaverse di Indonesia meliputi pertumbuhan ekonomi, peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan, promosi pariwisata, serta komunikasi dan kolaborasi yang lebih efektif (Iskandar et al., 2023). Selain itu, Metaverse juga dapat menciptakan pengalaman baru, kebebasan berkreasi dan berekspresi, mobilitas layaknya teleportasi, serta meningkatkan produktivitas (Iskandar et al., 2023). Namun, Metaverse juga memiliki dampak negatif seperti potensi adiksi, masalah kesehatan fisik dan psikologis, trust issue, serta keamanan data pribadi (Iskandar et al., 2023).

Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Manado, Kecamatan Singkil, Kelurahan Kombos Timur, Lingkungan 2. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian untuk mendapatkan data primer. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November hingga Desember 2023.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang ada, yaitu pemanfaatan media sosial TikTok dan Facebook di era Metaverse. Pendekatan kuantitatif digunakan agar peneliti dapat mengetahui secara mendalam berdasarkan fakta-fakta yang ada.

Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber, yaitu:

1. Data primer, yang diperoleh dari responden langsung melalui observasi dan wawancara.
2. Data sekunder, yang diperoleh dari tempat penelitian dan berbagai sumber dari buku-buku yang mendukung penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Manado di Kecamatan Singkil, Kelurahan Kombos Timur, yang menggunakan Facebook dan TikTok sebagai media promosi dan penjualan produk. Sampel diambil sebanyak 30 orang yang menggunakan Facebook dan TikTok sebagai media promosi dan penjualan pada suatu toko.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi, digunakan untuk memperoleh data mengenai pemanfaatan media sosial TikTok dan Facebook di era Metaverse.
2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen, baik tertulis, gambar, maupun elektronik.
3. Kuesioner/angket, yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mengumpulkan informasi dari responden.

Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan secara manual melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Editing, untuk memeriksa kelengkapan dan kebenaran data.
2. Coding, untuk mengklasifikasikan data dan memberi kode pada kuesioner.
3. Entry, untuk memasukkan semua data yang berhubungan dengan variabel penelitian.
4. Clearing, untuk menyesuaikan data yang diperlukan.
5. Tabulating, untuk membuat tabel-tabel sesuai kebutuhan analisis.

Analisis Data

Analisis data menggunakan analisis univariat untuk melihat gambaran distribusi frekuensi dari masing-masing variabel yang diteliti, seperti distribusi frekuensi tiap pertanyaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 26.

Alat, Bahan, dan Anggaran Kerja

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kamera, laptop, buku, dan alat tulis. Anggaran yang dibutuhkan mencakup biaya transportasi sebesar Rp100.000 dan anggaran tak terduga sebesar Rp100.000.

Hasil dan Pembahasan

Pandangan Positif terhadap Potensi Metaverse

Sebagian besar responden (50% setuju dan 16,7% sangat setuju) memiliki pandangan positif tentang potensi penerapan teknologi metaverse di TikTok dan Facebook. Mereka percaya bahwa metaverse akan menciptakan peluang baru dalam ekonomi digital (66,7% setuju dan 26,7% sangat setuju) dan berpikir bahwa TikTok dan Facebook berperan penting dalam mempersiapkan masyarakat menyongsong era metaverse (53,3% setuju).

Harapan terhadap Perubahan Cara Bekerja dan Belajar

Responden mengharapkan bahwa pengalaman bekerja dan belajar akan menjadi lebih menarik dan inovatif di era metaverse (50% setuju dan 23,3% sangat setuju). Mereka juga setuju bahwa penggunaan TikTok dan Facebook dalam metaverse akan mengubah cara mereka berinteraksi dengan dunia (63,3% setuju dan 13,3% sangat setuju).

Kekhawatiran tentang Risiko Penyalahgunaan Data Pribadi

Meskipun memiliki pandangan positif, responden juga mengungkapkan kekhawatiran tentang risiko penyalahgunaan data pribadi di era metaverse. Sebanyak 53,3% responden setuju bahwa mereka khawatir privasi data mereka di TikTok dan Facebook semakin terancam dengan hadirnya metaverse. Oleh karena itu, sebagian besar responden (36,7% setuju dan 46,7% sangat setuju) menganggap penting bagi pemerintah untuk mengatur agar data pribadi warga tetap aman saat menggunakan TikTok dan Facebook era metaverse.

Kesiapan dalam Mengadaptasi Perubahan

Meskipun terdapat kekhawatiran, sebagian besar responden (53,3% setuju dan 20% sangat setuju) menyatakan kesiapan mereka untuk mengadaptasi diri dengan perubahan yang mungkin terjadi dalam era metaverse. Namun, sebagian responden (26,7%) masih merasa ragu-ragu dalam hal ini.

Peran Pemerintah dan Edukasi

Penelitian ini juga mengungkapkan harapan responden terhadap peran pemerintah dalam mendukung penerapan teknologi metaverse. Sebanyak 53,3% responden setuju bahwa pemerintah perlu segera meningkatkan kualitas dan cakupan jaringan internet di Indonesia untuk mendukung penggunaan teknologi metaverse. Selain itu, sebagian besar responden (56,7% setuju dan 36,7% sangat setuju) juga menganggap penting bagi pemerintah untuk memberikan edukasi yang cukup tentang cara penggunaan metaverse yang aman dan bertanggung jawab.

Tantangan dan Peluang dalam Memanfaatkan TikTok dan Facebook di Era Metaverse

Memanfaatkan TikTok dan Facebook di era Metaverse tentunya akan membawa tantangan dan peluang tersendiri. Beberapa tantangan yang mungkin dihadapi antara lain:

1. Masalah Privasi dan Keamanan Data Dengan semakin banyaknya interaksi virtual dan pertukaran data di Metaverse, masalah privasi dan keamanan data menjadi salah satu tantangan utama. Pengguna perlu memastikan bahwa data pribadi mereka terlindungi dari penyalahgunaan atau pencurian identitas.
2. Etika dan Regulasi Era Metaverse yang baru akan membutuhkan perangkat hukum dan regulasi yang mengatur perilaku dan interaksi pengguna di dunia virtual. Tantangan terletak pada bagaimana menetapkan norma dan etika yang sesuai dalam lingkungan virtual yang sangat dinamis.
3. Aksesibilitas dan Infrastruktur Untuk dapat memanfaatkan TikTok dan Facebook di Metaverse secara optimal, diperlukan infrastruktur yang memadai, seperti jaringan internet berkecepatan tinggi dan perangkat yang kompatibel. Tantangan ini mungkin lebih terasa di daerah-daerah yang kurang terjangkau oleh infrastruktur digital.

Meskipun demikian, era Metaverse juga membuka peluang yang menarik, antara lain:

1. Peluang Bisnis dan Ekonomi Baru Metaverse membuka peluang bisnis dan ekonomi baru yang belum pernah ada sebelumnya. Pengguna dapat memanfaatkan TikTok dan Facebook untuk mempromosikan produk atau layanan mereka secara virtual, melakukan transaksi, atau bahkan membuka toko virtual.
2. Pendidikan dan Pembelajaran Interaktif Metaverse dapat menciptakan lingkungan belajar yang lebih imersif dan interaktif dengan memanfaatkan TikTok dan Facebook. Pengguna dapat berpartisipasi dalam kelas virtual, melakukan simulasi, atau bahkan menghadiri acara pendidikan secara virtual.
3. Konektivitas Global Dengan TikTok dan Facebook di era Metaverse, pengguna dapat terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia secara virtual. Ini membuka peluang untuk kolaborasi global, pertukaran budaya, dan pemahaman lintas batas yang lebih baik.
4. Kreativitas Tanpa Batas Metaverse menawarkan ruang yang hampir tidak terbatas untuk kreativitas dan ekspresi diri. Pengguna dapat menciptakan konten unik, mengeksplorasi identitas virtual, atau bahkan membangun dunia virtual mereka sendiri dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh TikTok dan Facebook.

Strategi dan Rekomendasi untuk Memanfaatkan TikTok dan Facebook di Era Metaverse

Untuk memanfaatkan TikTok dan Facebook di era Metaverse secara optimal, beberapa strategi dan rekomendasi yang dapat dipertimbangkan antara lain:

1. Meningkatkan Literasi Digital Penting bagi pengguna untuk meningkatkan literasi digital mereka agar dapat menavigasi Metaverse dengan aman dan bertanggung jawab. Ini dapat dilakukan melalui program edukasi atau pelatihan yang difasilitasi oleh pemerintah, lembaga pendidikan, atau organisasi terkait.
2. Memperkuat Infrastruktur dan Aksesibilitas Pemerintah dan pihak terkait perlu berinvestasi dalam memperkuat infrastruktur digital, seperti jaringan internet berkecepatan tinggi dan perangkat yang kompatibel dengan Metaverse. Ini akan memastikan aksesibilitas yang lebih luas bagi masyarakat untuk dapat memanfaatkan TikTok dan Facebook di era Metaverse.

3. Melibatkan Komunitas dan Membangun Ekosistem Melibatkan komunitas pengguna TikTok dan Facebook dalam proses pengembangan Metaverse dapat membantu menciptakan ekosistem yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Kolaborasi dengan para kreator, pengembang, dan pemangku kepentingan lain akan memastikan bahwa kebutuhan dan aspirasi pengguna terwakili dengan baik.
4. Menetapkan Regulasi dan Etika yang Jelas Pemerintah dan pihak berwenang perlu menetapkan regulasi dan etika yang jelas untuk mengatur perilaku dan interaksi di Metaverse. Hal ini akan membantu menciptakan lingkungan yang aman, adil, dan bertanggung jawab bagi semua pengguna.
5. Mempromosikan Konten Positif dan Konstruktif TikTok dan Facebook dapat menjadi platform yang kuat untuk mempromosikan konten positif dan konstruktif tentang Metaverse. Ini dapat dilakukan melalui kampanye dan kolaborasi dengan kreator konten, influencer, dan organisasi terkait untuk menyebarkan informasi yang akurat dan bermanfaat.
6. Mendorong Inovasi dan Kreativitas Era Metaverse membuka peluang baru untuk inovasi dan kreativitas. Pemerintah dan pihak swasta dapat mendorong pengembangan ide-ide baru dan solusi kreatif dengan menyediakan dukungan, insentif, atau program inkubator yang relevan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian studi kasus diatas maka dapat disimpulkan bawah

1. Pemanfaatn TikTok dan Facebook kedepan di era metaverse sangat bermanfaat di segala bidang baik di bisnis, pendidikan dan ekonomi
2. Sebagian besar responden (50,23%) menyatakan setuju bahwa media sosial TikTok dan Facebook memiliki peran penting dalam menghadapi era metaverse di Kota Manado.
3. TikTok dan Facebook dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Kota Manado untuk mempromosikan budaya dan pariwisata lokal, terhubung dengan orang di seluruh dunia, serta mengakses pendidikan dan pembelajaran yang lebih interaktif melalui konten-konten menarik.
4. Tujuan utama penggunaan TikTok dan Facebook adalah untuk terhubung dengan teman dan keluarga, hiburan, berbagi dan menemukan konten, membangun komunitas, serta keperluan pemasaran dan promosi produk.
5. Durasi penggunaan Facebook cenderung lebih lama dibanding TikTok. Namun keduanya memungkinkan pengguna untuk memperoleh penghasilan melalui program monetisasi seperti iklan, konten berbayar, dan lainnya.
6. Perbedaan utama Facebook dan TikTok terletak pada format dan jenis konten, target demografi, algoritma feed, fitur interaksi, serta tujuan penggunaan oleh para penggunanya.
7. Tantangan adaptasi TikTok dan Facebook dengan metaverse antara lain infrastruktur, privasi dan keamanan, moderasi konten, aksesibilitas, serta ketergantungan pada perkembangan teknologi terbaru.

Reference

Ariesto Hadi Sutopo. (2023). Metaverse dalam pendidikan. Topazart.

Akbar Iskandar, Anga Aditya Pranana, Safrizal, Arief Yanto Rukmana, Andy Rachman, Wirawan Istiono, Alexander Waworuntu, Johni S Pasaribu, St. Hajrah Mansyur, Suwito Pomalingo, I Made Pustikayasa, Yuniansyah, Decky Hendarsyha, & Adele B. L. Mailangkay. (2023). Metaverse: Dunia Virtual Masa Depan Di Era Society 5.0 Global Eksekutif.

Malimbe Armylia, Fonny Waani, & Evie A.A. Suwu. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik. JURNAL ILMIAH SOCIETY 1(1), 1-10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahociety/article/view/35815>

Novita Diana, Agus Herwono, & Nafisal Yuliani. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Dalam Meningkatkan brand Awareness. Penerbit Global Aksara Pres : Buku Manograf.

Felix Raymond, Andreas Rauschnabel, & Chris Hinsch. (2021) "TikTok: A Promising Marketing Platform." Journal of Interactive Marketing 57 hal: 45--63.

Helmy Faisal Muttaqin & Evan Setiawan. (2023). Turbolensi Marketing. Cv. Sinar Jaya Berseri.

Nugroho Eka Prasetio. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Siswa Kelas IX Di MTS Mathla'ul Anwar Jatiuwung Kota Tangerang. Skripsi Sarjana. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Rachmadtullah Reza, Bramianto Setiawan, Andarmadi Jati Abdhi Wasesa, & Jatu Wahyu Wicaksono. (2022). Monograf Pembelajaran Interaktif Dengan Metaverse Penerbit : CV.EUREKA MEDIA AKSARA.

Estiana Ria, Nurul Giswi Karomah, & Teddy Setiady. (2022). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM. Deepublisher.

Setiyani Tika. (2022) Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Akhlak Remaja Di Desa Rukti Endah Seputih Raman Lampung Tengah. Undergraduate thesis, IAIN Metro. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/6379/>