

# Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Eksistensi Diri Bagi Generasi Z di DKI Jakarta

Novianti Tanjung<sup>1)</sup>, Agustrijanto<sup>2)</sup>

Ilmu Komunikasi, Fakultas Industri Kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

<sup>1)</sup> Email: noviantitanjaya09@gmail.com

<sup>2)</sup> Email : 115312@lecturer.kalbis.ac.id

**Abstract:** *Era of globalization continues to grow. Along with the rapid development of the era, the use of the internet is more towards social networks which are now called social media. Social Media is an application that allows users to create and connect in social networks. Social media can make it easier for anyone to publish activities on social media. Instagram the most popular social media. Social media is used to fulfill self-needs and seek a self-existence for generation Z. Generation Z cannot be separated from the development of internet technology. The purpose of this study is to find out how to use Instagram as a means of self-existence for Generation Z. The research method used is a qualitative research method and uses the constructivism paradigm. Collecting data using the interview method. The results of the research are that Generation Z uses Instagram to exist, entertainment, business opportunities, forming self-image, fulfilling personal needs and spiritual needs for themselves.*

**Keywords:** *Instagram, Self existence, Social Media*

**Abstrak:** *Era globalisasi saat ini semakin terus berkembang. Seiring perkembangan zaman yang semakin pesat penggunaan internet lebih banyak ke arah jejaring sosial yang sekarang disebut media sosial. Media Sosial adalah aplikasi yang dapat digunakan oleh pengguna untuk membuat dan berbagi isi dan terhubung dalam jaringan sosial. Media sosial dapat memudahkan siapapun untuk mempublikasikan berbagai kegiatan di media sosial. Media sosial saat ini yang sedang populer ialah Instagram. Bagi masyarakat khususnya Generasi Z, media sosial banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan diri dan mencari sebuah eksistensi diri. Generasi Z tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi internet. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram sebagai ajang eksistensi diri bagi Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara. Hasil penelitiannya ialah generasi Z menggunakan instagram untuk eksis, hiburan, peluang bisnis, membentuk citra diri, memenuhi kebutuhan diri dan kebutuhan spritual bagi diri.*

**Kata kunci:** *Eksistensi Diri, Instagram, Media Sosial*

## I. PENDAHULUAN

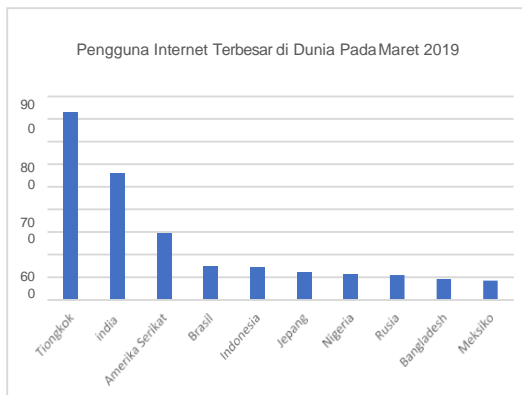
Pada era globalisasi, semua jaringan akan terhubung dengan jaringan komunikasi global. Hal ini disebabkan karena kebutuhan terhadap informasi-informasi menjadi sangat penting dan akan terus meningkat seiring dengan laju kemajuan teknologi yang semakin canggih, Akibatnya suatu informasi akan diterima dengan cepat dan mudah melalui satu

jaringan kemudian jaringan ini dapat dengan cepat menyebar dari satu tempat ke berbagai tempat lainnya. Jaringan internet adalah sebuah contoh bagaimana dengan dari jarak yang begitu jauh setiap individu tetap dapat terhubung untuk dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi. Segala informasi dapat diterima dan diakses dengan mudah karena adanya jaringan internet.

Perkembangan zaman yang semakin pesat menjadikan internet terfokus ke jejaring sosial yang disebut media sosial. Media sosial merupakan salah satu wadah untuk saling terhubung, dan berinteraksi dengan para pengguna lain, serta dapat menunjukkan eksistensi diri mereka. Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi atau untuk memperoleh sebuah informasi saja, namun lebih digunakan untuk menunjukkan ajang eksistensi diri.

Para pengguna media social dapat menggunakan media social tersebut untuk menampilkan jati diri, meningkatkan kreativitas berupa unggahan foto dan video, mengungkapkan berbagai ekspresi serta membagikan karya, pendapat, dan aktifitas. Dengan cara ikut serta menggunakan media sosial, maka hal ini dapat dimaknai bahwa seseorang ingin memberitahukan kepada orang lain, bahwa inilah eksistensi dirinya.

Gambar 1.1 Grafik Pengguna



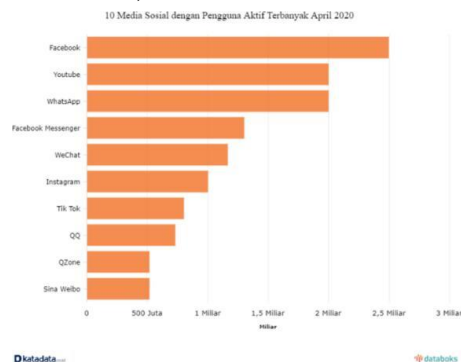
Internet Terbesar di Dunia Pada Maret 2019

Berdasarkan gambar 1.1 Indonesia berada di peringkat kelima dunia dalam jumlah pengguna internet berdasarkan hasil data statista mulai pada Maret tahun 2019. Data statista menunjukkan, Indonesia masuk dalam 10 negara dengan pengguna internet terbesar di dunia.

Indonesia berada di peringkat kelima dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta per Maret 2019.

Berdasarkan riset *platform* manajemen media sosial HootSuite dan agensi marketing sosial *We Are Social* mengenai "Global Digital Reports 2020", sekitar 64 persen masyarakat indonesia sudah terhubung dengan jaringan internet. Jika dilihat dari tahun sebelumnya, yaitu pada tahun 2019 lalu pengguna internet di Indonesia telah mencapai 175,4 juta orang, sedangkan jumlah seluruh penduduk indonesia yaitu sekitar 272,1 juta. Hal ini dapat disimpulkan penggunaan internet di indonesia naik hingga 17 persen atau setara dengan 25 juta pengguna internet.

Media sosial kini hadir dengan berbagai ragam aplikasinya, namun dari berbagai aplikasi tidak semua mencapai perhatian publik dan selalu diminati. Dari berbagai media sosial yang terus berkembang untuk selalu terhubung, menurut peneliti, kini instagram merupakan media sosial yang paling sering diminati terutama dari berbagai generasi. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang didalamnya penggunanya dapat berbagi cerita, mengungkapkan berbagai ekspresi baik itu melalui foto, video dan lain- lain.



Gambar 1.2 Grafik 10 Media Sosial Dengan Pengguna Aktif Terbanyak April 2020

Berdasarkan gambar 1.2 instagram dari jejaring media sosial populer lainnya,

instagram menduduki peringkat ke-5 di dunia setelah *facebook*, *Youtube*, *Whatsapp* dan *We Chat*. Menurut peneliti, instagram sangat diminati karena terdapat fitur-fitur yang selalu berinovasi dan fitur-fitur yang menarik pengguna untuk menggunakannya. Sehingga instagram saat ini sebagai media sosial yang semakin populer, dan sangat diminati hampir di semua kalangan khususnya bagi generasi Z sebagai generasi yang selalu terhubung dengan dunia internet.

Saat ini para pengguna media sosial, yaitu media sosial Instagram. *Instagram* mampu mencapai tingkat populernya karena gaya hidup masyarakat pada saat ini yang cenderung narsis, sama dengan halnya untuk menampilkan diri mereka sedang melakukan berbagai aktifitas dan kemudian diunggah melalui akun pribadi mereka, hal ini bertujuan untuk dilihat para pengguna lainnya dan untuk mendapatkan sebuah eksistensi diri atau kebutuhan diri mereka. Instagram adalah sarana untuk para pengguna membagikan berbagai kegiatan, dan pengguna dapat dibilang sebagai content creator. Berbagai kegiatan dan moment mereka abadikan melalui akun pribadi milik mereka di instagram. Sebagian besar pengguna aktif media sosial banyak yang berlomba-lomba untuk memperbanyak dan juga mengeditnya semaksimal mungkin untuk terlihat menarik dengan tujuan untuk mendapatkan komentar positif dan sebuah like dari pengguna lainnya untuk menambah followers. Banyak dari anak-anak hingga remaja sudah menggunakan media sosial, dari generasi ke generasi peningkatan *smartphone* semakin canggih dan terus berkembang. Dalam teori perbedaan generasi menurut Kupperschmidt (dalam Putra, 2016) generasi dibagi menjadi 3 yaitu Veteran Generation atau Silent Generation (1925 – 1945), Generasi Baby Boom (1946 – 1959), Generasi X (lahir antara 1960 –

1979), Generasi Y (lahir antara tahun 1980 – 1994), Generasi Z (lahir antara 1997 – 2010) dan Generasi Alpha (lahir tahun 2011-2025). Kini usia yang dapat masuk dalam krisis identitas, merupakan usia anak-anak hingga remaja, dimana mereka mencari jati diri mereka, Anak-anak remaja pada masa ini, masuk dalam generasi Z yang lahir pada tahun 1997-2010.

Generasi yang disebut dengan generasi internet atau 4 iGeneration. Generasi Z lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya. Dari awal sejak kecil, generasi ini telah banyak dikenalkan oleh teknologi dan sangat akrab dengan *smartphone* dan dikategorikan sebagai generasi yang kreatif. Teknologi sangat mempengaruhi generasi Z, kehidupan menjadi terlalu bergantung pada teknologi tidak dapat dipisahkan. Maka, dengan ini lebih mementingkan popularitas dari sosial media dengan melakukan berbagai hal-hal yang penuh sensasi. Generasi Z lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi yang beragam, hal ini juga dapat memberikan pengaruh kepada pola pikir dan cara bekerja, bersosialisasi.

Menurut peneliti, dengan adanya Instagram masyarakat terutama generasi Z dapat terpengaruh untuk menggunakan Instagram sebagai tempat mereka untuk berbagi berbagai aktivitas yang mereka lakukan. Maka, hal ini dapat membuat perubahan pola perilaku kepada setiap individu dalam membentuk diri mereka. Kini banyak yang menggunakan instagram untuk mengikuti tren di Instagram, seperti mengunggah berbagai kegiatan dan aktifitas mereka dengan mengikuti tren pada saat ini, atau disebut yang sedang *viral*. Hal ini berupaya dan bertujuan untuk memberitahukan apa yang sedang mereka lakukan dari apa yang mereka unggah tersebut sedang tren dan tidak ketinggalan, atau juga dapat dikatakan mereka tidak

ingin dibilang kurang *update*, maka mereka merasa hal itu perlu dilakukan untuk menciptakan suasana dalam menggunakan media sosial yaitu mengikuti tren masa kini, dan mereka menganggap yang telah mereka posting itu hal yang seharusnya mereka lakukan sebagai pengguna Instagram.

Dalam jejaring sosial Instagram pengguna berusaha menampilkan diri mereka sebaik mungkin, agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Orang berkomunikasi maupun mengunggah foto atau video di media sosial, dan dilihat banyak pengguna lainnya menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepatnya eksistensi diri. Bila kita berdiam diri, orang lain akan menganggap dan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak ada, dalam artian ialah tidak eksis. Namun dengan kita berbicara maka kita menyatakan bahwa sebenarnya kita ada. Maka, dalam kasus instagram ini dengan kita memposting sesuatu ialah menunjukkan jati diri kita siapa, dan menunjukkan keberadaan kita. Instagram merupakan media yang dapat dinilai dapat meningkatkan eksistensi diri penggunaannya dengan berbagai fitur yang mendukung di dalamnya, sehingga pengguna Instagram berusaha menunjukkan diri yang terbaik untuk mendapatkan gambaran diri yang diinginkan.

Untuk mencapai tujuan akan eksistensi diri, pengguna berusaha semaksimal mungkin untuk menunjukkan dan menampilkan yang terbaik ketika berhadapan di media sosial, namun sebelum mereka memposting sesuatu tersebut, pengguna berusaha menjaga sebaik mungkin berbagai hal yang dapat merusak reputasi dirinya agar tidak terlihat oleh orang lain. Banyak dari generasi Z pada jaman ini sangat eksis akan dirinya, kebanggaan terhadap dirinya jika mereka

mengunggah sesuatu yang mengikuti tren saat ini.

Penelitian ini dilakukan pada remaja-dewasa di daerah DKI Jakarta, kini generasi Z tidak terlepas dari genggamannya *smartphone* dan generasi Z yang sangat aktif dan update dengan media sosial apalagi pengaruh lingkungan sekitar menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi remaja dalam membentuk identitas diri. Salah satu indikator yang menunjukkan eksistensi informan melalui jumlah *like* (suka) atau banyaknya *follower* (pengikut). Para informan kebanyakan terinspirasi dari para influencer dari segi fashion dan mengolah foto. Kebanyakan isi *feeds* Instagram informan berisi hasil foto tentang dirinya sendiri. Eksistensi merupakan hal yang penting bagi remaja, khususnya dalam media sosial Instagram. Remaja-dewasa akan dilihat keberadaannya, seiring dengan eksistensinya dalam media sosial Instagram. Dengan adanya hal ini peneliti ingin meneliti bagaimana mereka menggunakan instagram untuk menunjukkan jati diri mereka dan bagaimana mereka mengeksistensikan diri mereka di Instagram Kemudian dilihat dari perkembangan usianya, generasi Z usia 9-24 Tahun sedang berada di dalam krisis identitas cenderung mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi, selalu ingin mencoba hal-hal baru, mudah terpengaruh dengan teman-teman seumuran mereka, dan mulai suka memperluas hubungan antara pribadi dan berkomunikasi secara lebih dewasa dengan teman sebaya. Maka berdasarkan uraian di atas dengan maraknya penggunaan Instagram khususnya generasi Z, membuat peneliti tertarik untuk meneliti mengenai "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI EKSISTENSI DIRI BAGI GENERASI Z DI DKI JAKARTA".

## II. METODE PENELITIAN

### A. Paradigma

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut Sarkantos, paradigma adalah setiap proposisi yang menggambarkan tentang bagaimana dunia dihayati (*perceived*); didalamnya terdapat persepsi mengenai dunia, sebuah cara untuk menyelesaikan dengan memecah-memecah kompleksitas dunia nyata, menjelaskan apa yang penting, apa yang memiliki legitimasi dan apa yang masuk di akal (Manzilati, 2017:1).

### B. Metode Penelitian

Dalam penelitian “Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Eksistensi Diri Bagi Generasi Z di DKI Jakarta” peneliti menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif. Menurut McCusker, K, & Gunaydin, S (2015), pemilihan penggunaan metode kualitatif dalam hal tujuan penelitiannya adalah untuk memahami bagaimana suatu komunitas atau individu-individu dalam menerima isu tertentu.

### C. Teknik Pemilihan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Data diperoleh dari orang yang dianggap mengetahui mengenai tentang apa yang kita harapkan dan hal ini memudahkan peneliti untuk dapat menjawab objek atau situasi sosial yang diteliti. Dengan menggunakan Teknik purposive sampling untuk dapat memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti.

Alasan peneliti menggunakan Teknik purposive sampling, karena didasarkan pada pertimbangan dan kriteria tertentu yang sesuai dengan penelitian. Berdasarkan hal ini informan yang terpilih ialah generasi Z dengan usia 20-22 tahun yang memiliki Instagram dengan jumlah followers 1000 ke atas dan aktif menggunakan kegiatan baik di story maupun di feeds.

### D. Pendekatan Penelitian

Metode kualitatif mengharuskan peneliti menganalisis topik kajiannya melalui alat bantu pemahaman seperti cerita, mitos, dan tema. Alat-alat ini membantu peneliti untuk memahami bagaimana orang memaknai pengalamannya. Metode kualitatif tidak terikat dengan analisis statistik untuk membahas adanya interpretasi tetapi lebih membantu peneliti untuk dapat menghasilkan sebuah kalimat retorik yang sesuai dengan hasil penemuannya. (Richard West dan Lynn H. Turner, 2008: 77).

### E. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Narbuko (2015: 44) penelitian deskriptif ialah penelitian yang berupaya memaparkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, dengan, menganalisis dan menginterpretasikannya. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia yang dapat mencakup aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2017 : 72).

### F. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini ialah melalui zoom meeting dengan narasumber karena sedang pandemi sehingga tidak dapat melakukan wawancara tatap muka. Waktu Penelitian dilakukan dari bulan Maret-Agustus.

### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini menggunakan dua Teknik pengumpulan data, data primer yaitu: Wawancara mendalam. Data sekunder yaitu : merupakan data yang didapatkan melalui pihak ketiga, data sekunder tidak didapat langsung melalui narasumber.

### **H. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles & Huberman (dalam sugiyono 2017:132 ) dengan tahapan pengumpulan data yaitu:

- Penyajian Data menurut Miles Huberman (dalam Sugiyono 2017:137) menyebutkan bahwa yang sering digunakan dalam menyajikan data pada penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan, maka dengan ini peneliti dapat mengumpulkan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.
- Pengumpulan Data merupakan tahap mengumpulkan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dimana pada tahap ini peneliti sebagai instrument kunci dalam pengumpulan data. Terdapat data yang dapat diamati dan data yang tidak dapat diamati misalnya mengenai perasaan dan hati,

untuk itu pada tahap mengamati apa arti dari eksistensi bagi narasumber peneliti harus mengumpulkan data dengan wawancara mendalam.

### **I. Teknik Keabsahan Data**

Uji kredibilitas dalam penelitian ini, untuk mendapatkan hasil dari pengamatan yang dilakukan, maka harus adanya teknik pengamatan lebih dalam. Dalam penelitian ini, untuk keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data untuk dapat mengecek data dari beberapa sumber yang telah diperoleh. Dilakukan untuk dapat dikategorisasikan yang mana dari beberapa sumber menghasilkan pandangan yang sama, yang berbeda melalui narasumber yang berbeda. Berdasarkan data yang telah diperoleh dan dianalisis tersebut dapat dilakukan kesimpulan dari hasil suatu kesimpulan narasumber tersebut dengan memperoleh data dari hasil wawancara (Sugiyono, 2017 : 274).

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Generasi Z mengikuti sebuah perkembangan kemajuan untuk mengaktualisasikan diri, potensi yang dimiliki, pada dasarnya generasi Z memiliki hakikat eksistensi diri. Instagram adalah tempat yang bisa digunakan untuk menjadi ajang eksistensi diri seseorang. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan diri. Setiap orang pasti memiliki sifat narsis dan eksis. Generasi Z aktif menggunakan instagram dengan berbagi konten yang dianggap menarik. Dengan berbagi konten pemenuhan kebutuhan diri terpenuhi. Dengan berbagi keseharian dan kegiatan diri sendiri disini adalah berkaitan dengan sebuah eksistensi diri.

Dari instagram dapat memperluas jaringan dan bahkan banyak mengetahui berbagai informasi, menggunakan

instagram tidak harus hanya teman-teman saja tetapi dari berbagai kalangan, dapat saling mengikuti bahkan hanya jadi pengikut saja. Hal ini dapat menerima berbagai jenis konten dan informasi dari pengguna lain yang telah follow.

Untuk membentuk sebuah eksistensi diri penting melakukan pencitraan. Menjaga citra, nama baik penting, menjaga citra perlu untuk nama baik kedepannya kemudian apa yang telah diunggah dipublik dinilai orang lain perlu untuk berusaha membuat konten yang sesuai dengan gambaran diri agar dapat dinilai sesuai dengan apa yang diinginkan, pembentukan citra diri dapat terjadi jika dari diri sendiri mau berusaha membuat konsep diri seperti apa, agar publik dapat memberikan penilaian sesuai dengan konsep diri yang diinginkan.

Maka, generasi Z sebelum memposting sebuah foto dan video atau lainnya perlu melakukan cek terlebih dahulu agar mendapatkan hasil maksimal dan dapat dikonsumsi oleh publik.

#### IV. SIMPULAN

Penggunaan media sosial instagram sebagai eksistensi diri bagi generasi Z di DKI Jakarta berhasil memberikan pengaruh yang kuat dan besar dalam membentuk eksistensi dan identitas diri. Karena generasi Z tidak terlepas dengan dunia perkembangan teknologi internet maka dalam membentuk eksistensi diri generasi Z menggunakan instagram dengan mengunggah konten berupa foto dan video sesuai dengan potensi yang dimiliki. Generasi Z memiliki ciri-ciri eksistensi diri, generasi Z mengetahui kelebihan dan kelemahannya masing-masing dalam mengekstensikan diri, selain mengunggah konten banyak hal yang dapat diambil dalam penggunaan instagram yaitu untuk mendapatkan informasi, menjadikan

instagram sebagai peluang bisnis dan pemenuhan diri.

Dengan membentuk eksistensi diri, generasi Z membangun citra diri yang positif. Generasi Z memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dengan yakin bahwa konten yang diunggah memberikan dampak yang baik. Generasi Z memiliki konsep diri yang baik dengan menjaga citra di depan publik, dan menggunakan instagram untuk kebutuhan diri. Jadi, dalam penggunaan instagram bagi generasi Z untuk mengungkapkan identitas tidak hanya dari gender, ras, agama dan sebagainya tetapi generasi Z untuk mengidentifikasi dirinya dapat mengekspresikan melalui media sosial, dari media sosial mendapatkan sebuah eksistensi diri yang terpenuhi secara spritualitas. Seperti rasa bangga mendapatkan *like*, *comment*, jumlah *followers* yang banyak.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Achmadi, A., & Narbuko. (2015) *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Anggito, A., & Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak
- Atmoko D, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Denzin & Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Indrajaya, S., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat Kepercayaan Generasi Z terhadap Berita Infografis dan Berita Ringkas di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 11, 169-182
- Kandari, A. (2016). The Influence of Culture on Instagram Use. *Jurnal Indrajaya, S., & Lukitawati, L. (2019). Journal of Advances in Information*, 7,2-5
- Prihatiningsih, W. (2017). MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA. *Jurnal Communivstion VIII*,1-15
- Kasemin, K. (2016). *Paradigma Teori Komunikasi dan Paradigma Penelitian Komunikasi*. Surabaya: Media Nusa
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset*

- Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, cetakan ke-7.* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi.* Jakarta: Prenadamedia Group
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi.* Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Putra, Y. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Jurnal Theoriti*
- Rahmawati. (2016). Seminar Hasil TIMMS 2015. Diakses pada 24 Februari 2017 dari <http://puspendik.kemdikbud.go.id/seminar/upload/RahmawatiSeminar-hasil-TIMSS-2015.pdf>
- Rianti, N. (2019). KONSTRUKSI CITRA DIRI DAN FENOMENA DRAMATURGI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Fisip*, 6,1-15
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis.* Yogyakarta : Andi
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D.* Bandung : Alfabeta
- Sukmadinata, N, S. (2017) *Metode Penelitian Pendidikan, Cet.12.* Bandung : Remaja Rosdakarya
- West, Richard. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi.* Jakarta : PT. Salemba Humanika