



## Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura

Ardiansyah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan, Institut Agama Islam Negeri Madura

<sup>1</sup>[a4116047@gmail.com](mailto:a4116047@gmail.com)

DOI: [10.30742/tb.v7i1.2575](https://doi.org/10.30742/tb.v7i1.2575)

Received: 15 November 2022 | Revised: 13 Maret 2023 | Accepted: 13 April 2023

### ABSTRACT

**Purpose Research.** This research aims to find out how to optimize social media Tiktok as a promotional media for UPT Library of the Madura State Islamic Institute. **Methods.** Qualitative research methods with a case study approach are used in this research method. **Results.** The result of this research is optimizing social media Tiktok as a media promotion carried out by the UPT Library of the Madura State Islamic Institute which sees increasingly advanced technological developments, making libraries have to maintain their existence, especially in terms of promoting libraries through social media Tiktok. Currently, Tiktok social media is an easy information dissemination tool and provides many benefits for Tiktok UPT Library of the Madura State Islamic Institute in promoting its library. **Conclusions.** By utilizing the features in it, the content or activities in the library can be promoted. The lain Madura library received a good response in using TikTok as a place to promote the library, in the form of likes, comments, and views even views of content on TikTok, reaching 368 views. Increasing the competence of librarians is also needed in terms of being content creators because with that social media Tiktok as a library promotion is even more advanced.

**Keywords:** *Tiktok Social Media; Promotion; UPT Library of IAIN Madura*

### ABSTRAK

**Tujuan Penelitian.** Penelitian ini bertujuan agar mengetahui bagaimana optimalisasi media sosial Tiktok sebagai media promosi UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura. **Metode.** Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus di gunakan dalam metode penelitian ini. **Hasil Penelitian.** Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan media sosial Tiktok sebagai media promosi yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura yang melihat akan perkembangan teknologi yang semakin maju, menjadikan perpustakaan harus tetap menjaga eksistensinya, utamanya dalam hal mempromosikan perpustakaan melalui media sosial Tiktok. Saat ini media sosial Tiktok merupakan sebuah alat penyebar informasi yang mudah serta memberikan banyak manfaat bagi Tiktok UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura dalam mempromosikan perpustakaan. **Kesimpulan.** Dengan memanfaatkan fitur yang ada didalamnya, menjadikan isi atau kegiatan yang berada di dalam perpustakaan dapat di promosikan. Respon yang baik di dapatkan oleh perpustakaan iain madura dalam penggunaan Tiktok sebagai tempat mempromosikan perpustakaan, baik berupa *like, comment*, serta *views* bahkan *views* dari sebuah konten di

Tiktok tembus sebanya 368 views. Peningkatan kompetensi pustakawan juga di perlukan dalam hal sebagai *content creator* karena dengan hal itu media sosial Tiktok sebagai promosi perpustakaan lebih maju lagi.

**Kata Kunci:** Media Sosial Tiktok; Promosi; UPT Perpustakaan IAIN Madura

## A. PENDAHULUAN

Menurut Katdata.co.id dalam beritanya Sebanyak 171, 17 juta jiwa atau sekitar 64,8 % masyarakat Indonesia adalah pengguna media sosial. Hal itu diketahui dari polling Indonesia yang melakukan kerjasama bersama Asosiasi Penyelenggara Jasa internet Indonesia (APJII). Itu merupakan sebuah perubahan budaya dalam bermedia yang besar sekali masyarakat Indonesia.

Berdasarkan pendapat Judhita (2017) media sosial memungkinkan pihak-pihak, organisasi, lembaga, dan institusi untuk membuat profil diri mereka secara online dan menjalin hubungan/koneksi dengan pihak lain sebelum berinteraksi, berkomunikasi, dan terlibat dalam jaringan online dan berbagi komentar serta konten. Dengan menggunakan media sosial semua orang mudah dalam berinteraksi baik dalam berkomunikasi, saling mengirimkan teks kepada semua orang atau semua pengguna media sosial dengan hanya membayar menggunakan kuota internet.

Kominfo.go.id dalam beritanya juga menyampaikan bahwa di tahun 2020 media sosial Tiktok mengalami peningkatan yang pesat sehingga banyak masyarakat di Indonesia menggunakan aplikasi tersebut. Di tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 aplikasi media sosial Tiktok mulai dikenal dan di gunakan oleh masyarakat Indonesia guna sebagai sarana hiburan. Saat itu media sosial Tiktok juga menjadi polemik di masyarakat karena bersifat pembodohan. Hal itu diketahui ketika seseorang yang akan mencari tau dengan mengetik atau menggunakan pesan suara “aplikasi bodoh” pada alamat pencarian maka urutan teratas dari pencarian informasi tersebut adalah Tiktok terbelokir dengan banyaknya konten yang bersifat kurang baik atau negatif bagi anak – anak dan masyarakat Indonesia.

Media sosial TikTok adalah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diterbitkan pada bulan September 2016. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat video musik pendek yang menarik. Sebanyak 45,8 juta aplikasi Tiktok di unduh pada tahun 2018. Hal itu membuat media sosial Tiktok menobatkan diri sebagai media sosial yang paling banyak di download oleh pengguna mengalahkan media sosial lain seperti whatsapp, facebook dan lain – lain. Di Indonesia pengguna terbanyak media sosial Tiktok adalah generasi milenial dan anak sekolah (Handy & Wijaya, 2020).

Di Indonesia Tiktok sudah menjadi primadona dan di sangat sukai oleh generasi milenial yang mayoritas penggunanya adalah anak sekolah. Hal ini sesuai dengan pendapat Valiana, Suriana & Fazilla (2020) bahwa peserta didik banyak menghabiskan waktunya dirumah bermain *smartphone* dengan membuat video-video Tiktok. Media sosial Tiktok di Indonesia penggunanya hampir mencapai 10 juta pengguna. (Aji & Setiyadi, 2019).

Perpustakaan juga mengalami banyak perubahan semenjak adanya media sosial, dan semakin banyaknya media sosial seperti Tiktok. Perpustakaan harus terus melakukan inovasi dan memperbaiki teknologi agar tidak ketinggalan informasi. Serta pustakawan harus selalu siap dalam memperbaiki kompetensi, terutama dalam menggunakan media sosial khususnya Tiktok. Dari data – data diatas bisa kita lihat bersama bahwa penggunaan media sosial khususnya Tiktok banyak diminati dikalangan masyarakat terutama bagi pelajar. Sehingga peneliti akan melakukan tinjauan pustaka terkait penggunaan media sosial Tiktok dalam promosi perpustakaan dan memberikan wawasan baru untuk membantu pustakawan dalam memanfaatkan media sosial Tiktok.

Berdasarkan latar belakang peneliti memiliki beberapa pertanyaan, salah satunya adalah, “Bagaimana optimalisasi media sosial Tiktok sebagai media promosi UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura? Maka dari itu, peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang “optimalisasi media sosial Tiktok sebagai media promosi UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura”. Penelitian ini sangat menarik untuk dilakukan dikarenakan penggunaan Tiktok sebagai media promosi baru di terapkan.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **I. Media Sosial Tiktok**

Menurut Al-Awadhi & Daihani (2019), media sosial adalah Seperangkat aplikasi berbasis internet yang memungkinkan dalam pembuatannya dapat berbagi konten yang dibuat penggunanya, serta memungkinkan pengguna lain untuk berinteraksi dan berbagi informasi secara online. Ketika pandemi banyak sekali orang – orang yang membuka media sosial dalam mendapatkan informasi dan berkomunikasi dengan orang lain, teman sejawat. Karena dengan adanya media sosial, informasi dari berbagai daerah dapat tersaji dengan cepat atau mudah di temukan. Sehingga untuk mengetahui keadaan atau informasi di daerah lain, orang – orang tidak perlu menuju ketempat tersebut untuk mendapatkan informasi. (Kurniali, 2011) menuturkan media sosial merupakan sarana yang digunakan oleh suatu komunitas untuk dapat mengembangkan diri, berinteraksi, bersosialisai dan berkomunikasi dengan pihak lain melalui teknologi internet. Merujuk pada keterangan tersebut dan dua pengertian dari (Al-Awadhi & Daihani, 2019) serta (Kurniali, 2011) dapat peneliti simpulkan bahwa media sosial adalah sebuah platform atau program berbasis web yang bisa menjadi alat interaktif dalam hal berkomunikasi untuk menyebarkan informasi secara cepat dan memberikan kemudahan bagi pengguna khususnya perpustakaan dalam hal melakukan promosi agar perpustakaan tersebut dapat di kenal dan sebagai penyampaian informasi kepada pengguna.

Masyarakat Indonesia yang sejatinya secara terus menerus memperbaiki pengetahuan. Sudah terbiasa dengan berkembangnya teknologi serta banyaknya media sosial seperti Tiktok. Dalam berita tekno.kompas.com menyampaikan di awal tahun 2020 Tiktok menjadi media sosial yang populer di Indonesia. Tiktok dalam bahasa cina disebut dengan douyin. Dimana douyin itu sendiri adalah aplikasi video musik yang di gunakan untuk hiburan oleh orang yang menggunakan

aplikasi tersebut. Pada bulan juli 2018 aplikasi Tiktok di blokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Tiktok sendiri masuk ke Indonesia pada tahun 2017. Menurut Yang, Zhao, & Ma (2019), menuturkan ada beberapa alasan mengapa aplikasi Tiktok menjadi budaya populer di Indonesia, yaitu: Video pendek mendekati kenyataan dan situasi sehari-hari, video sederhana, aplikasi yang mudah di pahami, teknologi yang di gunakan sangat mumpuni, memberikan kebebasan terhadap penggunaanya, kontennya mengikuti trend saat ini, efek dari publik figure, dan Promosi yang bagus.

## 2. Promosi Perpustakaan

Definisi promosi menurut KBBI adalah pengenalan (dalam rangka memajukan usaha, dagang, dan sebagainya). Nadia Amelia Qurrota A'yunin (2018), menjelaskan dalam meningkatkan daya guna pemanfaatan perpustakaan, langkah mudah di gunakan adalah dengan promosi perpustakaan yang dilakukan untuk memberikan informasi kepada pemustaka tentang layanan yang ada di perpustakaan. Kegiatan promosi perpustakaan dapat terjadi apabila ada satu atau lebih komunikasi antara pihak perpustakaan dengan pengguna. Komunikasi antara pihak perpustakaan dengan para pemustaka haruslah dilakukan dengan baik, cepat tersampaikan, tepatsasaran. Sehingga peran perpustakaan, utamanya perpustakaan perguruan tinggi sebagai jantung dari instansi dapat terlaksana dengan baik. Ketika tidak ada komunikasi yang baik dari kedua belah pihak, antara perpustakaan dengan pengguna. Maka tujuan perpustakaan yang sudah ditetapkan tidak akan tercapai dan terlaksana.

Menurut Supriyatno (2019), menjelaskan tujuan dilakukannya promosi perpustakaan meliputi mensosialisasikan fungsi dari perpustakaan, memberikan pemahaman serta mengenalkan semua layanan, jasa dan fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan, dan mengajak masyarakat luas agar mau mendayagunakan semua layanan dan koleksi yang di sediakan oleh perpustakaan sebagai wujud dari membangkitkan minat baca masyarakat

Dapat di tarik kesimpulan bahwa optimalisasi media sosial Tiktok sebagai media promosi UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura adalah usaha yang harus dilakukan atau dikerjakan, dikembangkan oleh pustakawan atau pengelola perpustakaan. Keuntungan atau kebermanfaatan media sosial akan sangat di rasakan oleh pengguna dan pemustaka apabila di lakukan secara maksimal. Dengan biaya minim, penggunaan media sosial Tiktok oleh perpustakaan dapat menjadi alat yang sangat baik sekali dalam menyebarkan informasi atau promosi perpustakaan sehingga informasi dan dengan cepat di terima oleh pemustaka. Dengan demikian pustakawan dan tenaga pengelola perpustakaan haruslah memiliki kompetensi dan kemampuan dalam hal pemanfaatan media sosial Tiktok. Sehingga pendayagunaan media sosial Tiktok dapat di kerjakan secara maksimal dan optimal.

## C. METODE PENELITIAN



Metode penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yang memberikan gambaran secara rinci mengenai kondisi atau situasi dalam suatu konteks tentang bagaimana dan sebenarnya terjadi di lapangan pada penelitian optimalisasi media sosial Tiktok sebagai media promosi UPT Perpustakaan Agama Islam Negeri Madura. Sedangkan untuk teknik pengambilan datanya, dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

#### **D. HASIL DAN DISKUSI**

UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura memiliki lima akun media sosial yang digunakan dalam mensosialisasikan atau memberikan informasi kepada pemustaka melalui musyawarah yang dilakukan oleh kepala perpustakaan, pustakawan, dan tenaga perpustakaan. Lima akun tersebut adalah akun media sosial Facebook, Instagram, Tiktok, dan Youtube. Untuk sosialisasi berupa informasi yang menggunakan media sosial Tiktok baru dilakukan di tahun 2022. Konsep pada media sosial Tiktok perpustakaan UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura berupa video tutorial, ucapan selamat, cuplikan video kegiatan di perpustakaan yang dikemas dengan menarik agar para pemustaka bisa mengathui informasi tentang perpustakaan. Video Tiktok UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura belum memanfaatkan hastag dalam menjangkau pemustaka lebih luas. Meski belum memanfaatkan hastag, media sosial Tiktok UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura aktif dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan perpustakaan agar para pengunjung bisa mengetahui tentang Perpustakaan (lihat gambar 1).

Unggahan video yang berisi informasi tentang UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura dibuat semenarik mungkin untuk menarik ketertarikan para pemustaka mengikuti serta selalu *update* informasi dengan menambahkan musik yang asyik di dalam setiap unggahan video dengan durasi setiap unggahan video di media sosial Tiktok berbeda – beda mulai dari 5 detik sampai 2 menit. Penambahan musik juga memperhatikan situasi dan kondisi terbaru dengan memberikan musik yang viral pada saat itu agar selaras dengan unggahan video informasi di media sosial Tiktok. Pemustaka juga dapat memberikan *like* pada setiap unggahan video di media sosial Tiktok UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura, memberikan komentar terkait sesuatu hal apabila tidak ada yang dimengerti di perpustakaan dan membagikan video ke media sosial lainnya.

Media sosial Tiktok UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura juga memberikan keterangan berupa kalimat atau narasi informasi tentang video yang di upload di media sosial Tiktok untuk mendukung informasi yang lebih jelas kepada pemustaka atau pengguna. Menurut peneliti pada saat dilakukan wawancara dengan pemegang akun media sosial Tiktok. Media sosial Tiktok dapat dengan mudah membagikan informasi lebih cepat dibandingkan dengan media sosial lainnya. Pustakawan berinisiatif membuat akun media sosial Tiktok dengan harapan dapat memberikan informasi lebih cepat kepada pengguna atau pemustaka. Pustakawan juga melihat akan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna di harapkan selalu cepat dalam melakukan transfer informasi di



perpustakaan, sehingga pemanfaatan media sosial Tiktok ini dapat memenuhi kebutuhan akan informasi oleh pemustaka atau pengguna.

Saat ini media sosial Tiktok merupakan sebuah alat penyebar informasi yang mudah serta memberikan banyak manfaat bagi Tiktok UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura dalam mempromosikan perpustakaan. Dengan memanfaatkan fitur yang ada didalamnya, menjadikan isi atau kegiatan yang berada di dalam perpustakaan dapat di promosikan. Sekarang ini sudah banyak sekali instansi yang menggunakan media sosial sebagai promosinya. Hal tersebut dilakukan, sebuah instansi tidak mau untuk ketinggalan informasi atau ketinggalan zaman dalam hal memberikan kemudahan informasi yang bermanfaat. Media sosial Tiktok yang didukung dengan banyaknya fitur ada sekarang ini merupakan jalan yang mudah dalam mempromosikan sesuatu hal. Melalui inovasi promosi yang beralih dari manual ke digital dengan penggunaan Tiktok yang membuat pemustaka serta penggunanya tidak bosan ketika melihatnya dan lebih tertarik untuk mengikuti informasi selanjutnya yang di berikan.

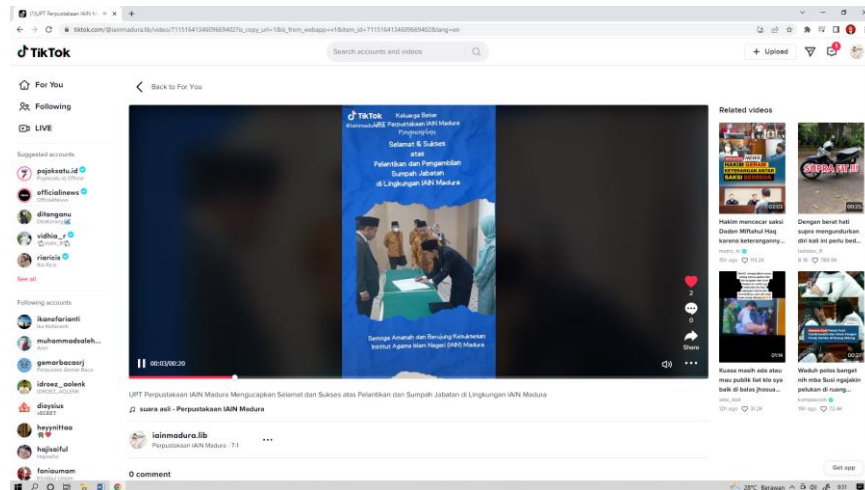
Salah satu fitur di media sosial Tiktok adalah fitur komentar yang memberikan kegunaan bisa saling berinteraksi antara pengguna atau pemustaka dengan petugas perpustakaan yang memegang kendali media sosial Tiktok meskipun tidak bertemu secara langsung. Pengguna atau pemustaka dapat memberikan tanggapan, komentar dalam waktu yang bersamaan dan dapat merespon di waktu yang sama. Dengan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih, perpustakaan wajib sekali untuk menjaga eksistensinya. Pada masa sekarang ini sudah banyak sekali pengguna media sosial Tiktok yang kerap berbagi konten video dalam emmpromosikan sesuatu. Dengan penggunaan tagar, maka video Tiktok akan lebih banyak di tonton. Maka dari itu penting sekali ketika mengunggah video ke akun media sosial Tiktok untuk selalu di sertai tagar agar informasi dalam suatu video tersebut dapat tersampaikan ke lebih banyak pengguna media sosial Tiktok.

Penyampaian konten yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan IAIN Madura kepada para pengguna dan pemustaka selalu memperhatikan karakteristik pengguna, dimana penyampaian kontennya menggunakan bahasa yang sopan disertai dengan isi video yang sopan dalam berpakaian dan juga interaksi di dalam video. Meskipun dalam pemanfaatan media sosial Tiktok dapat mempermudah pengguna dalam mendapatkan informasi, nyatanya terdapat kendala – kendala yang di hadapai dalam mengelola media sosial tersebut seperti halnya *error server*, kekurangan ide konten, dan kesulitan unggah video. Namun setiap masalah ada jalan keluarnya, pustakawan Perpustakaan IAIN Madura saling bahu membahu dalam meningkatkan eksistensi perpustakaan dengan saling bekerjasama dalam mengatasi problem di perpustakaan sehingga setiap permasalahan di perpustakaan teratasi seperti adanya Tim IT guna memperbaiki dalam unggah video, kerjasama dalam pembuatan konten media sosial dll.

Penggunaan media sosial Tiktok mendapat respon yang baik dari para pemustaka atau pengguna. Pemustaka atau pengguna yang haus akan informasi dapat lebih mudah melihat berulang kali konten informasi yang di berikan oleh perpustakaan melalui akun media sosial Tiktok. Semakin menarik untuk di lihat di karenak dapat berinteraksi antara petugas perpustakaan dengan pengguna dengan



adanya fitur di titok, dengan mudahnya juga dalam penggunaan Tiktok menjadikan media sosial itu sebagai sarana promosi Perpustakaan IAIN Madura dalam memberikan informasi perpustakaan.



Gambar 1. Contoh Unggahan Tiktok UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura

## E. KESIMPULAN

Penggunaan media sosial Tiktok sebagai media promosi UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura mendapatkan respon dan antusias yang baik dari para pengguna atau pemustaka, dengan mengemas beberapa informasi di UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura serta informasi di dunia perpustakaan menjadi sebuah video singkat yang menarik, kemudian mengunggahnya di media sosial Tiktok. Menjadikan perpustakaan selalu menjaga eksistensinya di dunia teknologi dengan mempromosikan dirinya dalam bentuk video singkat yang menarik yang berisi informasi untuk di promosikan ke pengguna atau pemustaka. Sehingga pemustaka atau pengguna bisa mengetahui keadaan dan informasi tentang perpustakaan dan cepat menerima informasi tersebut. Pemanfaatan sumber daya manusia yaitu pustakawan juga harus di tingkatkan dalam hal mengelola media sosial Tiktok. Peningkatan kompetensi dalam hal bermedia sosial utamanya harus di perhatikan mengingat sebuah konten video menarik membutuhkan ide yang sangat luas dalam mendukung promosi perpustakaan.

## DAFTAR PUSTAKA



- Aji, W. N., & Setiyadi, D. B. P. (2019). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. *Metafora*, VI (2), 1–224.
- AlAwadhi, S., & Al-Daihani, S. M. (2019). Marketing academic library information services using social media. *Library Management* 40(3/4), 228-239. [Online]. DOI:10.1108/LM-12-2017-0132
- A'yunin, N. A. Q. (2018). Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Memalui Media Sosial. *Libria*, 10(1), 48-63 [Online]. DOI: <http://dx.doi.org/10.22373/3381>
- Cindy M. A. (2019). Survei APlll: Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Capai 64,8%. Diperoleh dari: <https://katadata.co.id/sortatobing/digital/5e9a51915cd3b/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-capai-648>
- Handy, M., & Wijaya, D. (2020). Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar (Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok). *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial dan Budaya* 3(2), 170–191. [Online]. DOI: <https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>
- Juditha, C. (2017). Understanding Social Media Network Structure as a Strategic Way of Advertising in Digital Economy Era (Memahami Struktur Jaringan Media Sosial sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital) a. *Jurnal Pekommas*, 2(1), 99-114. [Online]. DOI: <https://doi.org/10.30818/jpkm.2017.2020110>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik indonesia. (2018). Ini Penyebab Kominfo Putuskan Blokir Tik Tok. Diperoleh dari : [https://kominfo.go.id/content/detail/13331/ini-penyebab-kominfo-putuskan-blokir-tik-tok/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/13331/ini-penyebab-kominfo-putuskan-blokir-tik-tok/0/sorotan_media)
- Kevin RizkyPratama. (2020). Video TikTok Malah Populer di Instagram, Mengapa?. Diperoleh dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/25/12320007/video-tiktok-malah-populer-di-instagram-mengapa->
- Kurniali, S. (2011). Peran Media Sosial di Internet pada Penerapan Proses Knowledge Management. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 2(1), 167-174 [Online]. DOI: <https://doi.org/10.21512/comtech.v2i1.2729>
- Supriyatno, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33–45. Official URL: <http://journals.apptisjatim.org/index.php/ijal/article/view/66>
- Valiana, L., Suriana, & Fazilla, S. (2020). Dampak Negatif Aplikasi Tiktok terhadap Perkembangan Karakter Siswa Kelas VI MIN I Aceh Utara. 75-84. Official URL: <http://ejurnal.iainhokseumawe.ac.id/index.php/genderang-asa/article/download/1073/766/>
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application Taking TikTok as an Example. 9th





International Conference on Information and Social Science.  
<https://doi.org/10.25236/iciss.2019.062>