



TikTok sebagai Media Pengungkapan Diri melalui Konten “He is a 10 But” dan “She is a 10 But”

Shevina Alana Devanty¹, Ririn Puspita Tutiasri²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

E-mail: 19043010039@student.upnjatim.ac.id, ririn_puspita.ilkom@upnjatim.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-05-22 Revised: 2023-06-15 Published: 2023-07-02	TikTok is a social media that is widely used today, whereby you can find a variety of content. Content is considered viral if it has a wide range of views, high number of likes, gets a lot of responses from other users, becomes the topic of numerous conversation, and is widely followed. One of the viral content is the “He is a 10 but”, through this content women share their opinions and evaluations of men. The popularity of this content presents a different perspective, “She is a 10 but” where men also share their views and judgements on women. Ratings are given based on numbers for some characteristics owned by the opposite sex. The purpose of doing this research is to find out how the analysis of audience reception of self-disclosure on the “He is a 10 but” and “She is a 10 but” content on TikTok. The research was conducted with a qualitative approach and descriptive method. The process of collecting data was carried out through in-depth interviews with 8 informants. Informant obtained through comment section for “He is a 10 but” and “She is a 10 but” on TikTok. From the results of this study it is known that the audience reception of the self-disclosure information shared through TikTok content is in the form of conveying opinions and experiences that individuals have, providing evaluations of the opposite sex, and communicating some of their values or ideals.
Keywords: <i>Reception Analysis; Self-Disclosure; TikTok</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-05-22 Direvisi: 2023-06-15 Dipublikasi: 2023-07-02	TikTok merupakan media sosial yang banyak digunakan saat ini, melalui TikTok dapat dijumpai beragam konten. Suatu konten dikatakan viral apabila memiliki jumlah tayangan tinggi, mendapat banyak likes, mendapat banyak respon dari pengguna lain, menjadi bahan pembicaraan ramai, dan banyak diikuti. Salah satu konten yang viral yaitu konten “He is a 10 but”, melalui konten ini perempuan membagikan pandangan dan penilaiannya terhadap laki-laki. Popularitas konten ini menghadirkan sudut pandang lain yaitu konten “She is a 10 but” dimana laki-laki membagikan pandangan dan penilaiannya terhadap perempuan. Penilaian diberikan berdasarkan angka terhadap beberapa karakteristik tertentu yang dimiliki oleh lawan jenis. Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana analisis resepsi khalayak terhadap pengungkapan diri pada konten “He is a 10 but” dan “She is a 10 but” yang ada pada media sosial TikTok. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan wawancara secara mendalam (In-depth Interview). Pencarian informan dilakukan melalui kolom komentar unggahan “He is a 10 but” dan “She is a 10 but” di TikTok. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pengungkapan diri yang dilakukan pembuat konten melalui konten TikTok berupa penyampaian opini dan pengalaman yang dimiliki individu, memberikan penilaian terhadap lawan jenis, dan menyampaikan terkait nilai atau idealisasi tertentu yang dimiliki.
Kata kunci: <i>Analisis Resepsi; Pengungkapan Diri; Konten TikTok</i>	

I. PENDAHULUAN

TikTok merupakan media sosial yang banyak digunakan secara luas oleh masyarakat Indonesia saat ini. Melalui TikTok dapat dijumpai beragam konten yang tersedia melalui laman “FYP” (for you page) yang menyajikan rekomendasi konten video berdasarkan algoritma yang telah disesuaikan dengan preferensi setiap individu. Melalui konten TikTok pembuat konten melakukan pengungkapan diri dengan menyampaikan informasi pribadi individu. Pengungkapan diri dilakukan

melalui media sosial karena dianggap dapat mengungkapkan apa yang dirasakan individu sekaligus menjadi media bagi individu untuk mengaktualisasikan diri tanpa ragu serta agar dapat di akses oleh pengguna media sosial lainnya (Widiyawati and Wulandari, 2021).

Media sosial mengakibatkan adanya budaya berbagi dan melakukan pengungkapan diri di dunia maya (Nasrullah, 2016). Hal ini dikarenakan media sosial memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah apapun. Pengungkapan yang

dilakukan melalui media sosial menjadi suatu budaya yang membuat batasan antara ruang pribadi dan ruang publik mejadi kabur (Sagiyanto and Ardiyanti, 2018). Pengungkapan diri yang dilakukan melalui sosial media dipengaruhi karena adanya beberapa faktor seperti usia, budaya, pendidikan, tingkat kepercayaan, dan usia (Fauzia, Maslihah and Ihsan, 2019).

Pengungkapan diri melalui sosial media dianggap memiliki dampak yang lebih efektif jika dibandingkan dengan pengungkapan diri yang dilakukan secara tatap muka (Luo and Hancock, 2020). Pengungkapan diri melalui media sosial membutuhkan adanya khalayak atau audiens dan memungkinkan individu untuk membangun citra tertentu yang ingin ditunjukkan kepada khalayak tersebut (Nabity-Grover, Cheung and Thatcher, 2020). Individu dalam melakukan pengungkapan diri melalui media sosial dapat menyaring dan memilah informasi apa yang ingin disampaikan untuk mengundang respon tertentu dari khalayak. Pengungkapan diri melalui media sosial berupa segala bentuk unggahan yang mengandung informasi pribadi dari diri individu, baik dalam bentuk foto/video, chatting, status, komentar, chatting, dan lainnya yang berkaitan dengan perasaan yang dimiliki maupun kejadian yang dialami seseorang agar diketahui oleh pengguna lain akun media sosial tersebut (Sagiyanto and Ardiyanti, 2018).

Konten merupakan segala sesuatu yang diunggah melalui situs dan dapat diakses secara luas baik berupa tulisan, visual, audio, maupun audio visual (Delicia and Paramita, 2022)). Konten TikTok merupakan unggahan audio visual yang dapat dilihat khalayak luas. Konten dapat dikatakan viral jika memiliki jumlah tayangan yang tinggi, memperoleh banyak jumlah likes, mendapat banyak respon dari pengguna lain, menjadi bahan pembicaraan ramai, dan banyak diikuti oleh pengguna lainnya. Suatu konten yang viral umumnya menjadi perhatian bagi masyarakat luas (Hamzah and Putri, 2020). Salah satu konten yang menjadi tren yaitu konten "He is a 10 but". Konten "He is a 10 but" merupakan konten yang awalnya menjadi viral dan banyak dijumpai melalui laman "FYP" pada bulan Juni 2022 (Hamilton, 2022a). Melalui konten ini, pembuat konten yaitu perempuan membagikan penilaiannya terhadap laki-laki dengan karakteristik tertentu. Penilaian diberikan dengan angka yang kemudian disertai dengan alasan dibalik pemberian nilai tersebut. Penilaian tersebut berdasarkan penerimaan

berdasarkan pengalaman penerima pesan tersebut (Tutiasri & Kusuma, 2020).

Konten "He is a 10 but" juga dikenal dengan sebutan the rating game. Konten ini pertama kali dibuat oleh Leah Woods, dimana video tersebut telah dilihat sebanyak 1,4 juta kali dan menjadi viral (Skinner, 2022). Leah Woods mengunggah video lanjutan yang menjelaskan cara "bermain" pada konten ini. Melalui konten ini subjek mengucapkan beberapa pertanyaan yang diawali dengan kalimat "He is a 10 but" kemudian dilanjutkan dengan deskripsi karakteristik positif maupun negatif yang dimiliki pria, penilaian kemudian dapat berubah tergantung kepada karakteristik yang telah disebutkan sebelumnya. Popularitas dari konten "He is a 10 but" menghadirkan sudut pandang lain yaitu hadirnya konten "She is a 10 but". Sama seperti konten "He is a 10 but" melalui konten ini laki-laki membagikan penilaiannya terhadap perempuan dengan karakteristik tertentu (Hamilton, 2022b). Penilaian yang diberikan berdasarkan opini yang dimiliki laki-laki terhadap sifat atau perilaku yang dimiliki perempuan. Konten ini diawali dengan kalimat "She is a 10 but" yang kemudian diikuti deskriptif karakteristik positif maupun negatif yang dimiliki perempuan, penilaian yang diberikan kemudian dapat bertambah, berkurang, maupun tetap bergantung pada individu (Milenial, 2022).

Salah satu akun yang turut mengunggah konten "He is a 10 but" yaitu akun TikTok @diandramarsha yang memiliki jumlah pengikut sebesar 200 ribu, video "He is a 10 but" yang diunggah oleh akun ini sudah disaksikan sebanyak 1,2 juta kali dan memperoleh 97 ribu likes. Melalui video ini Diandra Marsha memberikan opininya dengan dibantu oleh satu temannya, dimana temannya berperan memberikan pertanyaan terkait skenario tertentu dan Diandra Marsha berperan menjawab pertanyaan yang diajukan tersebut. Salah satu akun yang mengunggah konten "She is a 10 but" merupakan akun TikTok @herworldindonesia, video ini telah dilihat sebanyak 1,1 Juta kali, memperoleh 141 ribu likes, dan dibagikan sebanyak 700 kali oleh pengguna TikTok lainnya. Melalui video berdurasi singkat ini Gabriel Prince yang merupakan seorang seleb TikTok yang banyak disukai oleh remaja saat ini membagikan penilaiannya terhadap perempuan berdasarkan skenario yang diajukan.

Pengungkapan diri merupakan kegiatan menyampaikan atau membagikan informasi diri kepada orang lain (Fauzia, Maslihah and Ihsan,

2019). Pengungkapan diri merupakan suatu cara untuk menunjukkan diri individu serta mengungkapkan kebutuhan yang dimiliki individu. Pengungkapan diri merupakan komunikasi yang disengaja untuk membagikan pengalaman atau perasaan yang dimiliki individu (Hamzah and Putri, 2020). Pengungkapan diri sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tingkat kepercayaan, budaya, gender, usia, maupun kepribadian individu. Pengungkapan diri merupakan kegiatan atau aktivitas dimana individu berbagi informasi, tanggapan, perasaan terkait diri individu yang umumnya disembunyikan (Prihantoro, Damintana and Ohorella, 2020). Pengungkapan diri berupa informasi tersembunyi yang umumnya tidak dibagikan dengan mudah kepada siapa saja. Cakupan pengungkapan diri sangat luas, mencakup ide, keinginan, pendapat, motivasi, maupun sikap dan reaksi yang dimiliki oleh seorang individu terhadap suatu hal. Pengungkapan diri juga termasuk sebagai salah satu jenis komunikasi.

Salah satu bentuk *new media* yang paling banyak digunakan oleh khalayak saat ini yaitu media sosial. Salah satu faktor yang menyebabkan tingginya penggunaan media sosial di masyarakat karena kemudahan yang ditawarkan, setiap orang hanya cukup membuat akun dan kemudian dapat terhubung dengan ratusan manusia lainnya secara virtual. Menurut berita yang dirilis tinewss.com jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2022 sebanyak 191,4 juta pengguna atau setara dengan 68,9 persen dari total populasi penduduk di Indonesia. Data ini berasal dari pengguna Instagram, TikTok, Youtube, Facebook, dan media sosial lainnya (Nuryama, 2022).

TikTok merupakan media sosial asal Cina yang diluncurkan pada tahun 2016, keunggulan media sosial ini yaitu mengizinkan penggunaannya untuk menciptakan, mengunggah, maupun melihat video yang berdurasi singkat sekitar 15 detik hingga 1 menit. TikTok menawarkan berbagai fitur menarik sebagai fungsi editor seperti stiker, AR filter, bahkan musik ke dalam video singkat. Pengguna aktif TikTok di Indonesia sendiri pada April 2022 berjumlah sebesar 99,1 juta pengguna ((Rizaty, 2022). Menurut data yang ada pengguna TikTok di seluruh dunia didominasi oleh kelompok usia 20 hingga 29 tahun sedangkan urutan proporsi usia kedua didominasi oleh kelompok usia 10 hingga 19 tahun secara global (Dihni, 2022). Dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas pengguna

TikTok berusia muda, mulai dari usia remaja hingga dewasa awal.

Sebagai sasaran media khalayak menerima pesan yang ada di media. Proses penerimaan yang dilakukan khalayak tidak terjadi begitu saja melainkan dengan mengolah terlebih dahulu isi pesan yang disampaikan media serta dampak yang diberikan media (Kusuma, Hadi and Budiana Daniel, 2022). Analisis resepsi berfokus pada penerimaan khalayak terhadap pesan media (Tan and Aladdin, 2018). Stuart Hall merumuskan model encoding-decoding yang menganggap bahwa terdapat tiga cara bagi khalayak dalam menerima pesan yang diberikan, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi (McQuail, 2010). Analisis resepsi merupakan teori yang berupaya untuk dapat memahami bagaimana tanggapan yang ditunjukkan komunikan atau khalayak terhadap suatu pesan. Suatu hal yang sifatnya umum dapat dimaknai berbeda bergantung pada penafsiran dan penilaian yang diberikan individu terhadap. Untuk itu erat kaitannya antara studi pemaknaan konten media dengan teori dan analisis resepsi (Meilasari and Wahid, 2020). Setiap individu dalam menerima pesan memiliki kecenderungan untuk menginterpretasikannya dengan berbeda tergantung pada latar belakang yang dimiliki seorang individu.

Penelitian ini membahas terkait fenomena konten "He is a 10 but" dan "She is a 10 but" yang ada di media sosial TikTok. Melalui konten ini pembuat konten melakukan pengungkapan diri dengan memberikan penilaian kepada lawan jenis berdasarkan standar yang dimiliki individu. Untuk itu berusaha diketahui lebih lanjut terkait penerimaan khalayak terutama yang berada dalam kalangan usia remaja akhir (18-24 tahun) terkait penerimaan terhadap konten ini. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk memahami analisis resepsi khalayak terhadap media sosial TikTok sebagai media pengungkapan diri dalam konten "He is a 10 but" dan "She is a 10 but".

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena lebih efektif jika digunakan untuk meneliti suatu masalah yang bergantung pada perspektif peneliti itu sendiri, hasil dari penelitian kualitatif tidak dapat digeneralisasikan (Moleong, 2009). Metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2009). Tujuan dari penelitian dengan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih mendalam tentang informasi suatu fenomena utama dalam penelitian, meliputi partisipan

penelitian, dan lokasi penelitian (Fadli, 2021). Berdasarkan beberapa penjelasan yang disebutkan diatas, masalah dalam penelitian ini diteliti secara mendalam dan juga spesifik. Khalayak mengkaji serta mengintrepetasikan pesan yang didapatkan dari media dengan kondisi sosial masing-masing, dan berhubungan dengan encode. Endcode merupak pesan yang diciptakan oleh media (Purnamasari & Tutiasri, 2021). Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerimaan remaja terhadap fenomena pengungkapan diri melalui TikTok dalam konten "He is a 10 but" @diandramarsha dan "She is a 10 but" @herworldindonesia. Lokasi penelitian adalah ruang virtual karena subjek pada penelitian ini merupakan khalayak remaja akhir yang menyaksikan tayangan konten "He is a 10 but" @diandramarsha dan "She is a 10 but" @herworldindonesia di TikTok. Secara virtual memungkinkan untuk melakukan wawancara dengan subjek penelitian yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia dan juga dapat menjangkau subjek penelitian tanpa perlu mengkhawatirkan perbedaan lokasi yang ada.

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dengan rentang kelompok usia remaja akhir (18-24 tahun), mengetahui tentang tren konten "He is a 10 but" dan "She is a 10 but", serta sudah menyaksikan konten "He is a 10 but" di akun @diandramarsha dan konten "She is a 10 but" di akun @herworldindonesia. Melalui hasil dari pencarian informan yang dilakukan melalui kolom komentar unggahan diperoleh informan sebanyak 8 orang yang dirasa sudah cukup menjawab pertanyaan yang ada dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam (in-depth interview) yang dilakukan dengan informan untuk mendapatkan pemahaman mendalam terkait penerimaan khalayak terhadap pengungkapan diri dalam konten "He is a 10 but" dan "She is a 10 but". Dilakukan analisis terdapat hasil data yang telah diperoleh melalui kegiatan wawancara mendalam.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Menyampaikan opini dan pengalaman individu

Melalui media sosial, saat ini banyak dijumpai individu yang melakukan pengungkapan diri. Dalam melakukan pengungkapan diri melalui media sosial, orang lain dapat melihat sisi lain dari diri pengguna yang tidak

diketahui jika bertemu secara tatap muka (Wulandari and Wijaya, 2021). Melalui konten ini, Informan beranggapan bahwa pengungkapan diri yang dilakukan pada video "He is a 10 but" @diandramarsha dan "She is a 10 but" @herworldindonesia berupa penyampaian terkait opini dan pengalaman yang dimiliki individu. Informan berpendapat bahwa informasi ini layak dan pantas untuk dibagikan melalui media sosial karena setiap individu memiliki hak dan kebebasannya masing-masing dalam menggunakan media sosial.

Informan mengatakan bahwa informasi pengungkapan diri terkait opini dan juga pengalaman yang dibagikan oleh pembuat konten dapat membantu khalayak dalam menanggapi orang yang memiliki sifat tertentu. Informan beranggapan bahwa hal yang menarik dalam video ini adalah khalayak dapat mengetahui bagaimana opini dan pengalaman yang dimiliki oleh orang lain. Informasi terkait opini dan pendapat yang disampaikan dapat diterima oleh informan karena dinilai realistis dan dapat dipahami. Informan tidak memperlmasalahkan terhadap beberapa informasi yang disampaikan oleh pembuat konten melalui video ini namun informan beranggapan bahwa sebaiknya opini dan pengalaman yang dibagikan tidak ditujukan untuk menyinggung gender lain.

2. Membagikan penilaian terhadap pria dan wanita

Individu dalam melakukan pengungkapan diri melalui media sosial biasanya hanya berfokus terhadap dirinya sendiri, berkaitan dengan apa yang dirasakan, dipikirkan, dan telah dialami individu (Kristanti and Eva, 2022). Penilaian yang disampaikan oleh individu sebagai cerminan dari perasaan, pikiran dan pengalaman yang dimiliki individu dengan lawan jenis. Informan beranggapan bahwa melalui konten ini pengungkapan diri yang dilakukan subjek pada video "He is a 10 but" @diandramarsha merupakan membagikan penilaian subjek terhadap pria. Sedangkan pengungkapan diri yang dilakukan pada konten video "She is a 10 but" @herworldindonesia merupakan memberikan penilaian kepada perempuan secara subjektif.

Informan berpendapat bahwa pria dan wanita melalui konten ini memberikan penilaian mereka terhadap lawan jenis. Informan menganggap bahwa melalui konten ini pria dan wanita membagikan beberapa kriteria

tipe ideal mereka. Konten ini memberikan gambaran bagaimana pria dalam menilai wanita dan bagaimana wanita dalam menilai pria. Penilaian yang diberikan oleh pembuat konten sebagai subjek bersifat subjektif dan merefleksikan standar tipe ideal yang dimiliki individu (Tutiasri Ririn Puspita, Santoso Wahyu, 2021).

3. Menyampaikan nilai atau idealisasi tertentu

Dalam melakukan pengungkapan diri informasi yang dibagikan oleh setiap orang berbeda karena setiap orang memiliki masalah yang berbeda (Herlina and Nurhaliza, 2022). Pengungkapan diri yang dilakukan oleh remaja melalui TikTok merupakan bentuk ekspresi diri (Claresta and Tamburion, 2021). Informan berpendapat bahwa pengungkapan diri melalui konten video ini berupa menyampaikan informasi yang berkaitan dengan nilai atau idealisasi tertentu yang dimiliki oleh pembuat konten. Informan menganggap bahwa melalui konten ini pembuat konten menyebarkan penilaian yang tidak rasional dan realistis. Informan mengungkapkan bahwa khalayak dalam menerima suatu konten video harus dapat menilai dengan bijak. Informasi yang ada sebaiknya tidak serta-merta diterima melainkan dipilah terlebih dahulu.

Jawaban yang disampaikan oleh para informan beragam, dapat disimpulkan bahwa menurut informan pengungkapan diri yang dilakukan pembuat konten melalui konten berupa penyampaian opini dan pengalaman yang dimiliki individu, memberikan penilaian terhadap lawan jenis, dan menyampaikan terkait nilai atau idealisasi tertentu yang dimiliki. Informasi yang dibagikan oleh pembuat konten termasuk ke dalam pengungkapan diri karena informasi yang dibagikan bukan merupakan hal yang umum, melainkan merupakan suatu hal yang sifatnya personal. Pengungkapan diri di media sosial merupakan unggahan yang mengandung informasi pribadi yang dapat mengungkapkan diri ideal individu sebagai pengunggah (Kristianti & Eva, 2022). Media sosial dinilai mendorong seseorang untuk melakukan keterbukaan diri dan membagikan informasi terkait diri individu (Setyaningsih, 2014).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Media sosial mendorong penggunaannya untuk melakukan pengungkapan diri. Melalui konten ini pembuat konten melakukan pengungkapan diri dan menyampaikan beberapa informasi pribadi terkait diri individu. Pengungkapan diri dikemas dalam bentuk pertanyaan "He is a 10 but" dan "She is a 10 but". Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa penerimaan khalayak terhadap pengungkapan diri melalui konten "He is a 10 but" dan "She is a 10 but" beragam.

Pengungkapan diri yang dilakukan pembuat konten melalui konten "He is a 10 but" dan "She is a 10 but" diterima informan sebagai sebuah penyampaian informasi terkait opini dan pengalaman yang dimiliki individu. Opini dan pengalaman yang dibagikan pembuat konten dapat diterima individu karena dianggap realistis. Informan berpendapat bahwa hal yang membuat konten ini menarik karena melalui konten ini dapat diketahui bagaimana opini dan juga pengalaman yang dimiliki setiap orang yang berkaitan dengan hubungan yang terjalin dengan lawan jenis. Informan mengatakan bahwa konten ini memberikan masukan bagi khalayak dalam cara menanggapi seseorang dengan karakteristik tertentu.

Informan juga berpendapat bahwa pengungkapan diri yang dilakukan melalui konten "He is a 10 but" dan "She is a 10 but" merupakan memberikan penilaian terhadap lawan jenis. Melalui konten ini pria dan wanita membagikan beberapa kriteria tipe ideal mereka dengan memberikan penilaian mereka terhadap lawan jenis berdasarkan karakteristik tertentu. Informan berpendapat bahwa konten ini memberikan gambaran bagaimana pria dalam menilai wanita dan begitu juga sebaliknya. Informan berpendapat bahwa pengungkapan diri yang disampaikan pembuat konten berkaitan dengan nilai atau idealisasi tertentu yang dimiliki individu. Pengungkapan diri sebagai bentuk preferensi yang dimiliki individu secara subjektif. Informasi yang dibagikan oleh pembuat konten termasuk ke dalam pengungkapan diri karena informasi yang dibagikan bukan merupakan hal yang umum, melainkan merupakan suatu hal yang sifatnya personal.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada remaja adalah untuk dapat menerima segala

informasi yang ada dengan bijak. Segala informasi yang ada harus diterima dengan selektif. Bagi pembuat konten dalam melakukan pengungkapan diri perlu mempertimbangkan informasi yang dibagikan agar tidak menyinggung pihak tertentu. Untuk penelitian selanjutnya dapat diteliti terkait penggunaan TikTok sebagai media pengungkapan diri.

DAFTAR RUJUKAN

- Claresta, H. and Tamburian, D., 2021. Self-Disclosure of Adolescent Girls on TikTok Social Media. In: *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*. Atlantis Press. pp.800–806.
- Delicia, C. and Paramita, S., 2022. Konten Tiktok untuk Meningkatkan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rude Basic dan Agate Deluxe). *Koneksi*, 6(1), pp.218–225.
<https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15768>.
- Dihni, V.A., 2022. *Pengguna tiktok mayoritas berusia muda*. [online] Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/pengguna-tiktok-mayoritas-berusia-muda-ini-rinciannya/> [Accessed 3 October 2022].
- Fadli, M.R., 2021. Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), pp.33–54.
- Fauzia, A.Z., Maslihah, S. and Ihsan, H., 2019. PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN TERHADAP SELF-DISCLOSURE PADA DEWASA AWAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KOTA BANDUNG. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3), pp.151–160.
<https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>.
- Hamilton, P., 2022a. *He's A 10 But*. [online] Available at: <https://knowyourmeme.com/memes/shes-a-10-but-hes-a-10-but> [Accessed 14 October 2022].
- Hamilton, P., 2022b. *She's A 10 But/ He's A 10 But*.
- Hamzah, R.E. and Putri, C.E., 2020. ANALISIS SELF-DISCLOSURE PADA FENOMENA HYPERHONEST DI MEDIA SOSIAL. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 3(2), pp.221–229.
- Herlina, R. and Nurhaliza, Z., 2022. Indra Kenz's Self-Disclosure Analysis on Social Media. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(2), pp.138–146.
- Kristanti, S.A. and Eva, N., 2022. Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), pp.10–20.
<https://doi.org/10.29080/jpp.v13i1.697>.
- Kusuma, F.F., Hadi, I.P. and Budiana. Daniel, 2022. ANALISIS RESEPSI KHALAYAK MENGENAI KONTEN 'THIRST TRAP' PADA AKUN TIKTOK @EUNICETJOAA. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, [online] 10(2), pp.1–10. Available at: <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/13194> [Accessed 11 December 2022].
- Luo, M. and Hancock, J.T., 2020. Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, pp.110–115.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>.
- McQuail, D., 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba.
- Meilasari, S.H. and Wahid, U., 2020. Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics "Long Lasting Lipstic Feel The Color". *journal komunikasi*, 11(1), pp.1–8.
- Milenial, G., 2022. *Mengenal Apa Itu She Is A 10 But yang Viral di TikTok*.
- Moleong, L.J., 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nabity-Grover, T., Cheung, C.M.K. and Thatcher, J.B., 2020. Inside out and outside in: How the COVID-19 pandemic affects self-disclosure on social media. *International Journal of Information Management*, 55, p.102188.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.10.2188>.
- Nasrullah, R., 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nuryama, R., 2022. Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Pada Tahun 2022.

- Prihantoro, E., Damintana, K.P.I. and Ohorella, N.R., 2020. Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), pp.312-323.
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video „ Belanja Gak Aturan “ dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby*. 7(01), 79-91.
- Rizaty, M.A., 2022. *Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*.
- Sagiyanto, A. and Ardiyanti, N., 2018. SELF DISCLOSURE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Anggota Galeri Quote). *Nyimak Journal of Communication*, 2(1), pp.81-94. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i1.687>.
- Skinner, P., 2022. *These Sisters Started The He is a 10 But Meme Because They Wanted Realistic Dating Standards*.
- Tan, S. and Aladdin, Y.A., 2018. ANALISIS RESEPSI PEMBACA TRIBUNNEWS.COM DARI KALANGAN MAHASISWA/I UNIVERSITAS INDONESIA TERHADAP INSIDEN “KARTU KUNING” KETUA BEM UI. *jurnal SEMIOTIKA*, 12(1), pp.62-72.
- Tutiasri, R. P., & Kusuma, A. (2020). Millennial generation and family literacy within the dissemination of hoax in Whatsapp group. *Informasi*, 50(2), 153-164.
- Tutiasri Ririn Puspita, Santoso Wahyu, R. A. (2021). Pemanfaatan Whatsap Grup Sebagai Media Komunikasi di Daerah Pedesaan Daerah Pedesaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.35905/komunida.v8i2.631.1>
- Widiyawati, T.L. and Wulandari, D.A., 2021. PENGUNGKAPAN DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DITINJAU DARI JENIS KELAMIN PADA SISWA (SELF-DISCLOSURE THROUGH SOCIAL MEDIA AND INTERPERSONAL COMMUNICATION REVIEW OF GENDER OF STUDENTS). *PSIMPHONI*, 2(1), p.48. <https://doi.org/10.30595/psimphoni.v2i1.11521>.
- Wulandari, E. and Wijaya, S.H., 2021. Utilization of the Tiktok Video Application as a Means of Showing Existence And Self-Disclosure of Teenagers on Social Media. *International Journal of Social Science And Human Research*, 4(9), pp.2610-2616.