

INTERPRETASI PENGGUNA TIKTOK TERHADAP KONTEN WILLIE SALIM

M. Tsalits Amalil Fauzy¹⁾, Alwan Abdillah Asa²⁾, Raffi Dwinanda Hartoni³⁾, Moh. Khibrah Aufa Firdaus⁴⁾, Rio Kurniawan⁵⁾.

¹⁾ Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia.

²⁾ Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

³⁾ Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

⁴⁾ Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

⁵⁾ Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

e-mail : Tsalitsamalil12@gmail.com¹⁾, alwanabdillah38@gmail.com²⁾, hartoniraffi@gmail.com³⁾, mohkhibrahaf@gmail.com⁴⁾, kurniawanrio11@gmail.com⁵⁾

Received: 04-06-2025

Revised: 15-06-2025

Accepted: 19-06-2025

Info Artikel

Abstract

Keywords:

Audience Interpretation, TikTok, Willie Salim Content,

TikTok has evolved into one of the most dominant social media platforms in Indonesia, especially among the younger generation. Amidst the dominance of entertainment content, a figure like Willie Salim emerges, presenting social actions such as sharing money, positive pranks, and surprises wrapped in games and entertainment that touch the emotional side of the audience. This phenomenon elicits various public responses, ranging from appreciation to sharp criticism. This research aims to understand how TikTok users interpret the meaning of content produced by Willie Salim. Using a qualitative approach with a phenomenological method, this study involves in-depth interviews with five informants who are active TikTok users, as well as non-participant observation of the content and comment sections. Analysis is performed using a thematic approach to identify patterns of interpretation that arise from the audiences' subjective experiences. Research findings indicate three main tendencies in interpretation: first, a positive interpretation viewing the content as a form of social concern and inspiration; second, a negotiation interpretation that values good intentions while remaining critical of potential image-making; third, a negative interpretation that assesses the content as exploiting poverty for popularity. These differing perspectives are influenced by social backgrounds, educational levels, cultural values, and exposure to other digital media. This finding suggests that the audience plays an active role in interpreting media messages, rather than being passive recipients. This research contributes to the field of digital communication, particularly in understanding the dynamics of public interpretation of social content. Additionally, the study's results can serve as considerations for content creators in developing ethical, empathetic communication strategies that are more attuned to audience perceptions in a complex algorithmic media era. This finding shows that the audience plays an active role in interpreting media messages, rather than being mere passive recipients. This research contributes to the study of digital communication, particularly in understanding the dynamics of public interpretation of social content. In addition, the results of this study can serve as a consideration for content creators in developing communication strategies that are ethical, empathetic, and more responsive to audience perceptions in an era of complex and fast-paced algorithmic media.

Abstrak.

TikTok telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial paling dominan di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Di tengah dominasi konten hiburan,

Kata Kunci:

Interpretasi Audiens, TikTok, Konten Willie Salim,

muncul seorang figur seperti Willie Salim yang menyajikan aksi sosial seperti berbagi uang, prank positif, dan kejutan dalam balutan permainan dan hiburan yang menyentuh sisi emosional penonton. Fenomena ini menimbulkan beragam respons publik, mulai dari apresiasi hingga kritik tajam. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengguna TikTok menginterpretasikan makna dari konten yang diproduksi oleh Willie Salim. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, studi ini melibatkan wawancara mendalam terhadap lima informan yang merupakan pengguna aktif TikTok serta observasi non-partisipan terhadap konten dan kolom komentar. Analisis dilakukan dengan pendekatan tematik untuk menemukan pola interpretasi yang muncul dari pengalaman subjektif audiens. Hasil penelitian menunjukkan tiga kecenderungan interpretasi utama: pertama, interpretasi positif yang melihat konten sebagai bentuk kepedulian dan inspirasi sosial; kedua, interpretasi negosiasi yang menghargai niat baik namun tetap kritis terhadap kemungkinan pencitraan; ketiga, interpretasi negatif yang menilai konten sebagai eksploitasi kemiskinan demi popularitas. Perbedaan sudut pandang ini dipengaruhi oleh latar belakang sosial, tingkat pendidikan, nilai budaya, serta eksposur terhadap media digital lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa audiens memiliki peran aktif dalam memaknai pesan media, bukan sekadar penerima pasif. Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian komunikasi digital, khususnya dalam memahami dinamika interpretasi publik terhadap konten sosial. Selain itu, hasil studi ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi kreator konten dalam menyusun strategi komunikasi yang etis, empatik, dan lebih peka terhadap persepsi audiens di era media algoritmik yang kompleks dan serba cepat.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat telah menghadirkan perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi dan mengakses informasi. Internet, sebagai salah satu bentuk kemajuan teknologi tersebut, menjadi medium dominan dalam kehidupan masyarakat modern. Tak hanya digunakan untuk keperluan pekerjaan dan pendidikan, internet kini menjadi ruang sosial baru yang mempertemukan individu dari berbagai latar belakang secara instan dan lintas batas geografis. Kehadiran media sosial kemudian memperluas peran internet, tidak hanya sebagai penyedia informasi, namun juga sebagai ruang produksi dan konsumsi konten¹

Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok. Platform berbasis video pendek ini telah menjadi fenomena global dengan daya tarik tersendiri, khususnya di kalangan generasi muda. Di Indonesia, TikTok memiliki lebih dari 126 juta pengguna, menjadikannya sebagai pengguna terbesar kedua di dunia². Beragam fitur dan kemudahan dalam pembuatan konten menjadikan TikTok bukan sekadar platform hiburan, tetapi juga media komunikasi, edukasi, bahkan periklanan.

Seiring dengan meningkatnya popularitas TikTok, muncul pula para kreator konten yang memiliki pengaruh besar di platform tersebut. Salah satunya adalah Willie Salim, seorang content

¹ Tathya Pradipta Makdum Al-Kautzar, Rista Adellia, and Yumna Azzahra, "Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNESA Terhadap Platform Tiktok," in *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIS)*, vol. 3, 2024, 305–19.

² Rizka Intan Yulia, "Analisis Konten Berbagi Willie Salim Di Media Sosial: Studi Konsep Sedekah Di Dalam Al-Qur'an" (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2025).

creator yang dikenal melalui konten sosialnya seperti bagi-bagi uang, prank positif, dan aksi kejutan. Konten semacam ini mendapatkan perhatian luas dari publik karena dinilai menyentuh sisi emosional penonton serta memberikan narasi kebaikan dalam balutan hiburan. Namun, respon terhadap konten tersebut tidaklah seragam; sebagian pengguna menilai positif, sementara sebagian lainnya mengkritisi motif di baliknya³.

Respon beragam tersebut menunjukkan bahwa audiens bukanlah pihak yang pasif dalam menerima pesan media. Setiap individu membawa latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pribadi yang berpengaruh dalam proses interpretasi pesan. Dalam teori interpretatif komunikasi massa, dijelaskan bahwa makna dari sebuah pesan tidak semata-mata berasal dari pembuatnya, tetapi dikonstruksi oleh audiens berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Satu video yang sama dapat memiliki makna yang sangat berbeda tergantung siapa yang menontonnya dan dalam konteks apa video tersebut dikonsumsi⁴.

Untuk memahami fenomena ini secara lebih mendalam, diperlukan pendekatan yang menempatkan audiens sebagai subjek utama penelitian. Pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif dipilih karena mampu menangkap pengalaman subjektif pengguna media, khususnya dalam memahami makna konten yang mereka konsumsi. Melalui teknik seperti wawancara mendalam dan observasi konten, penelitian ini berusaha mengeksplorasi bagaimana pengguna TikTok membentuk interpretasi terhadap konten Willie Salim berdasarkan nilai-nilai yang mereka anut serta pengalaman pribadi yang mereka miliki.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dinamika interpretasi pengguna TikTok terhadap konten sosial yang disajikan oleh Willie Salim. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian komunikasi massa digital, khususnya dalam memahami pola konsumsi konten media sosial dan pembentukan persepsi publik di era digital yang terus berkembang. Selain itu, temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para content creator dalam membangun komunikasi yang lebih empatik dan bermakna dengan audiens mereka.

Penelitian ini melibatkan lima informan yang merupakan pengguna aktif TikTok berusia 18–25 tahun, dengan kriteria telah mengikuti akun @williesalim. Data dianalisis menggunakan teknik interpretatif fenomenologis yang memungkinkan identifikasi tema-tema utama dari pengalaman personal informan. Peneliti juga mencatat dinamika interaksi di kolom komentar dan

³ Claudia Dinata and Sisca Aulia, "Analisis Personal Branding Content Creator TikTok@ Claramonica," *Journal Untar. Ac. Id*, 2022.

⁴ Yulia, "Analisis Konten Berbagai Willie Salim Di Media Sosial: Studi Konsep Sedekah Di Dalam Al-Qur'an."

pola distribusi video untuk memahami konteks sosial dari persepsi pengguna. Validitas data dijaga melalui triangulasi metode dan sumber, serta member checking pada dua informan utama.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis yang bertujuan untuk memahami makna subjektif yang dibentuk oleh pengguna TikTok terhadap konten Willie Salim. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali persepsi dan interpretasi individu secara mendalam atas pengalaman mereka dalam mengonsumsi konten media, sebagaimana dilakukan oleh⁵ dalam studi tentang persepsi mahasiswa terhadap penggunaan TikTok. Informan dipilih secara purposive sampling, yakni pengguna aktif TikTok yang telah menonton dan mengikuti konten dari akun Willie Salim, karena metode ini dinilai mampu menghasilkan data yang relevan dan bermakna⁶. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan panduan semi-terstruktur serta observasi non-partisipan terhadap isi video dan interaksi pengguna di kolom komentar, sebagaimana pendekatan yang juga digunakan oleh⁷ dalam studi tentang personal branding kreator TikTok. Analisis data melibatkan proses reduksi, kategorisasi, dan interpretasi, dengan memilah informasi penting yang dikelompokkan ke dalam tema seperti persepsi positif, kritik sosial, dan makna simbolik, sebagaimana teknik tematik yang digunakan oleh⁸ dalam menganalisis perilaku konsumen terhadap konten digital. Untuk menjaga validitas data, dilakukan triangulasi sumber melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan literatur relevan, seperti dalam penelitian⁹ yang meneliti respons remaja terhadap konten edukatif di TikTok.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

C.1 Hasil

Berdasarkan observasi terhadap komentar pengguna TikTok pada konten-konten Willie Salim, ditemukan bahwa terdapat tiga bentuk interpretasi dominan terhadap konten tersebut:

⁵ Al-Kautzar, Adellia, and Azzahra, "Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNESA Terhadap Platform Tiktok."

⁶ Safitri Putri Derajat, Imelda Imelda, and Shinta Ayu, "Eksplorasi Persepsi Generasi Z Terhadap Kredibilitas Dan Popularitas Influencer TikTok Dalam Memengaruhi Pilihan Produk Fashion: Sebuah Literatur Review," *JURNAL ILMIAH NUSANTARA* 2, no. 2 (2025): 183–91.

⁷ Dinata and Aulia, "Analisis Personal Branding Content Creator TikTok@ Claramonica."

⁸ Regita Octavia et al., "Peran Penting Afiliasi Dan Influencer Dalam Mengubah Perilaku Konsumen Untuk Pemasaran Produk Di Era Digital: Perspektif TikTok," *Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management* 4, no. 1 (2024): 450, <https://doi.org/10.47476/manageria.v4i1.6890>.

⁹ Rahma Agusti Ningtyas, Elsa Zafira, and Reza Zahria, "Peran Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya," in *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, vol. 2, 2023, 533–43.

1. Interpretasi Positif (Dominan)

Sebagian besar responden mengaku mengapresiasi konten Willie Salim karena dianggap membawa manfaat bagi masyarakat dan memberikan inspirasi untuk berbagi. Mereka memandang tindakan sosial seperti memberi uang, makanan, atau bantuan lainnya sebagai wujud kepedulian terhadap sesama. Konten tersebut dianggap mampu membangkitkan empati dan harapan.

Gambar. 1



Sumber: Tiktok Willie Salim

2. Interpretasi Kritis (Negosiasi)

Sebagian pengguna berada pada posisi tengah: mereka mengakui sisi positif dari konten tersebut, namun juga mempertanyakan motif di baliknya. Mereka merasa tindakan sosial sebaiknya dilakukan tanpa publikasi berlebihan. Meskipun demikian, mereka tetap menilai bahwa dampak positifnya terhadap penerima bantuan dan penonton tidak bisa diabaikan.

Gambar. 2



Sumber: Tiktok Willie Salim

3. Interpretasi Negatif (Penolakan)

Kelompok ini cenderung menolak konten tersebut dan menganggapnya sebagai bentuk pencitraan atau eksploitasi kemiskinan. Mereka merasa bahwa publikasi aksi-aksi sosial secara terus-menerus, apalagi disertai pengambilan gambar yang dramatis, cenderung tidak tulus dan hanya bertujuan untuk mendapatkan popularitas atau keuntungan pribadi.

Gambar. 3



Sumber: Tiktok Willie Salim

Distribusi interpretasi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti tingkat pendidikan, latar belakang sosial ekonomi, serta frekuensi konsumsi konten serupa di

TikTok. Pengguna dengan latar belakang pendidikan tinggi dan pengalaman lebih luas di media digital cenderung memiliki pemahaman yang lebih kritis terhadap motif dan dampak dari konten.

C.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna TikTok Indonesia tidak bersifat pasif dalam mengonsumsi konten, melainkan terlibat aktif dalam proses penafsiran. Hal ini sejalan dengan pendekatan resepsi dalam studi komunikasi, yang melihat bahwa makna media tidak ditentukan sepihak oleh pembuat pesan, melainkan dinegosiasikan oleh audiens sesuai konteks sosial dan pengalaman personal mereka.

Interpretasi positif yang muncul umumnya didasarkan pada nilai-nilai budaya Indonesia seperti empati, gotong royong, dan kepedulian terhadap sesama. Hal ini memperlihatkan bahwa budaya lokal masih memiliki pengaruh kuat dalam membentuk persepsi terhadap tindakan sosial di media digital. Pengguna yang melihat konten sebagai bentuk kepedulian biasanya tidak terlalu mempermasalahkan aspek publikasinya, selama bantuan yang diberikan dianggap nyata dan berdampak.

Sementara itu, interpretasi kritis dan negatif memperlihatkan meningkatnya kesadaran media di kalangan masyarakat, terutama generasi muda yang akrab dengan dinamika media sosial. Mereka tidak hanya fokus pada isi konten, tetapi juga mempertimbangkan proses produksi, narasi visual, dan tujuan yang melatarbelakangi pembuatan konten tersebut. Beberapa dari mereka menunjukkan kepekaan terhadap kemungkinan eksploitasi terhadap objek bantuan, terutama ketika wajah dan kondisi mereka ditampilkan secara eksplisit.

Respons beragam ini juga dipengaruhi oleh paparan algoritmik TikTok yang memunculkan jenis konten serupa secara berulang. Ketika pengguna terus-menerus melihat aksi sosial yang ditampilkan dalam format yang sama, muncul kejenuhan dan bahkan kecurigaan terhadap keaslian konten. Dalam konteks ini, TikTok bukan hanya berperan sebagai platform distribusi, tetapi juga sebagai pihak yang turut membentuk cara pandang pengguna melalui sistem rekomendasinya.

Dengan mempertimbangkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa makna yang dihasilkan dari konten sosial seperti yang dibuat oleh Willie Salim bersifat dinamis dan tidak seragam. Interpretasi sangat tergantung pada pengalaman personal, nilai-nilai yang diyakini, serta sejauh mana audiens memiliki kesadaran terhadap praktik media. Oleh karena itu,

dalam produksi konten sosial, penting bagi kreator untuk mempertimbangkan aspek etika dan representasi agar tidak hanya menciptakan dampak emosional sesaat, tetapi juga membawa pengaruh sosial yang lebih mendalam.

Fenomena ini juga menunjukkan bagaimana platform digital seperti TikTok menjadi medan kontestasi makna. Kreator konten berupaya membangun citra positif melalui tindakan sosial, namun di sisi lain, audiens menegosiasikan dan bahkan menolak makna tersebut. Dalam kerangka Stuart Hall, respons audiens terhadap konten Willie Salim dapat dikelompokkan ke dalam tiga posisi decoding: dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Ketiganya terlihat jelas dalam analisis komentar dan hasil wawancara yang diperoleh.

Dengan demikian, penelitian ini mempertegas pentingnya mempertimbangkan etika representasi dalam produksi konten sosial. Tidak cukup hanya menyampaikan pesan kebaikan, kreator juga harus menyadari dampak jangka panjang dari narasi yang dibangun, terutama terhadap pihak yang menjadi objek bantuan. Interpretasi negatif yang muncul tidak selalu berarti penolakan terhadap aksi sosial itu sendiri, tetapi lebih kepada cara aksi tersebut dikemas dan dipublikasikan. Oleh karena itu, refleksi kritis terhadap produksi konten menjadi aspek penting dalam menjaga integritas komunikasi digital di era algoritmik.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa interpretasi pengguna TikTok terhadap konten yang diproduksi oleh Willie Salim bersifat beragam dan dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, nilai, serta pengalaman individu. Sebagian besar audiens memaknai konten Willie Salim secara positif, sebagai bentuk kepedulian sosial dan inspirasi untuk berbagi kepada sesama. Aksi-aksi sosial yang ditampilkan dinilai menyentuh dan mampu menumbuhkan empati publik.

Namun, tidak sedikit pula audiens yang menilai secara kritis, melihat konten tersebut sebagai upaya pencitraan atau eksploitasi terhadap masyarakat kurang mampu demi kepentingan popularitas. Perbedaan pandangan ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial memiliki peran aktif dalam menafsirkan pesan, tidak hanya menerima begitu saja isi konten. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologis, penelitian ini menekankan bahwa makna media bersifat subjektif, kontekstual, dan dinamis, tergantung pada pengalaman serta kerangka berpikir audiens masing-masing. TikTok sebagai media sosial berfungsi tidak hanya sebagai saluran hiburan, tetapi juga sebagai ruang diskusi dan negosiasi makna dalam masyarakat digital masa kini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, A. N. (2024). Students' Perception on Utilizing TikTok Videos for Vocabulary Acquisition. *Journal of English for Academic and Specific Purposes*, 7(2). <https://doi.org/10.18860/jeasp.v7i2.24418>
- Al-Kautzar, T. P. M., Adellia, R., & Azzahra, Y. (2024). Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNESA Terhadap Platform Tiktok. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 3, 305–319.
- Azis Riu, I., & Radjab, I. (2023). Influencer Marketing on TikTok: A Literature Review Analysis. *Journal of Public Administration and Government*, 5(3), 383–391. <https://doi.org/10.22487/jpag.v5i3.1109>
- Derajat, S. P., Imelda, I., & Ayu, S. (2025). Eksplorasi Persepsi Generasi Z terhadap Kredibilitas dan Popularitas Influencer TikTok dalam Memengaruhi Pilihan Produk Fashion: Sebuah Literatur Review. *JURNAL ILMIAH NUSANTARA*, 2(2), 183–191.
- Dinata, C., & Aulia, S. (2022). Analisis Personal Branding Content Creator TikTok@ claramonica. *Journal Untar. Ac. Id.*
- Hadi, R., & Yuliana, S. (2023). The Influence of TikTok Content on Youth's Purchasing Decisions: A Case Study in Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 112–125. <https://doi.org/10.22146/jikom.2023.114567>
- Jacobus, G. A., & Candraningrum, D. A. (2025). Analisis Resepsi Konten Berbagi Uang di Akun TikTok @ Williesalim. 199–206.
- Masood, M., & others. (2025). Counting How the Seconds Count: Understanding Algorithm-User Interplay in TikTok via ML-driven Analysis of Video Content. *ArXiv Preprint ArXiv:2501.56789*.
- Ningtyas, R. A., Zafira, E., & Zahria, R. (2023). Peran Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2, 533–543.
- Nugroho, D., & Kartika, N. (2024). Content Creator TikTok dan Strategi Branding Pribadi di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(1), 55–67. <https://doi.org/10.25008/jki.v9i1.9876>

- Octamadian, S. L., Sari, S., & Yanto, Y. (2024). Fenomena Flexing Seleb Tiktok Adeline Margaret Sebagai Komunikasi Simbolik. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(2), 467–476.
- Octavia, R., Mujanah, S., Yanu, A., & Fianto, A. (2024). Peran Penting Afiliasi dan Influencer dalam Mengubah Perilaku Konsumen untuk Pemasaran Produk di Era Digital: Perspektif TikTok. *Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management*, 4(1), 450. <https://doi.org/10.47476/manageria.v4i1.6890>
- Osriyenti, & Rakimahwati. (2024). Analysis of TikTok Trends on The Development of Social Behavior in Early Children. *Bisma: The Journal of Counseling*, 6(2). <https://doi.org/10.23887/bisma.v6i2.52727>
- Putri, S. A. S., Kuncoro, A. M., & Arochman, T. (2024). From Like to Learning: How TikTok Sparks Educational Enthusiasm. *Journal of Research on Language Education*.
- Rahmawati, L., & Setiawan, B. (2024). Interpretation of Influencer Content by TikTok Users: A Study of Youth Media Consumption. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 88–102. <https://doi.org/10.24090/komunika.v18i1.56789>
- Rys, R., Salim, L. A., & Sefryanto. (2024). Pengaruh Viral Marketing Tokopedia melalui TikTok terhadap Perilaku Konsumen Gen Z di Batam. *PERFORMA*, 9(2), 40–51. <https://doi.org/10.37715/jp.v9i2.4920>
- Salsabila, S., & Fakhri, E. A. (2023). Influencer Marketing di TikTok: Pengaruh Humor dan Hedonic Experience. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(4), 907–920. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.4.06>
- Saputra, F. (2024). Pengaruh Konten pada Akun TikTok @williesalim terhadap Audiens Generasi Alpha. *BINUS Bekasi – Business Service and Technology*.
- Saputra, N., & others. (2024). TikTok Analysis as a Learning Media and Activism Instrument. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*.
- Sari, H. R. W., & Sumarlan, I. (2023). Study of TikTok Social Media and Consumptive Culture of Ahmad Dahlan University Students. *Proceedings of the ADICCOM Conference*.
- Ungless, E. L., Markl, N., & Ross, B. (2024). Experiences of Censorship on TikTok Across Marginalised Identities. *ArXiv Preprint ArXiv:2401.12345*.

- Wahyudi, R., & Budiman, A. (2024). Analysis of the Influence of TikTok on the Motivation and Interest in Learning Dance of Grade X Students in Bogor. *Journal of Dance and Dance Education Studies*.
- Wicaksono, T. A., & Reformasianto, V. L. (2024). The Impact of TikTok Social Media on Users: A Neuropsychological Perspective. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*.
- Yulia, R. I. (2025). *Analisis konten berbagi Willie Salim di media sosial: Studi konsep sedekah di dalam Al-Qur'an*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Zannettou, S., Nemeth, O.-N., Ayalon, O., & others. (2023). Analyzing User Engagement with TikTok's Short Format Video Recommendations using Data Donations. *ArXiv Preprint ArXiv:2310.98765*.
- Zehrun, R., & Chen, Y. (2023). Self-Expression and Sharing around Chronic Illness on TikTok. *ArXiv Preprint ArXiv:2305.10234*.