

Efektivitas TikTok dalam Memperkenalkan Pacu Jalur kepada Generasi Z sebagai Budaya Riau

Muhammad Marfin*, Muhammad Iqbal, Anju Maulidhea Putri, Naufal Azery Althaf, Diaz Sari

Universitas Muhammadiyah Riau

230402090@student.umri.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas TikTok dalam menyampaikan pesan budaya Pacu Jalur kepada Generasi Z di Provinsi Riau, mengidentifikasi fitur konten yang menarik, serta menjelaskan unsur-unsur yang memengaruhi ketertarikan audiens terhadap budaya tersebut. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk menjembatani kesenjangan antara pola konsumsi media generasi digital dengan nilai-nilai budaya lokal, yang kini lebih tertarik pada konten singkat dan visual yang mudah diakses melalui media sosial, seperti TikTok. TikTok, platform berbasis video pendek yang sangat disukai oleh Generasi Z, mungkin dapat menjadi media yang membantu mengidentifikasi dan mempertahankan budaya tradisional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi seberapa baik TikTok menyampaikan pesan budaya Pacu Jalur kepada Generasi Z di Provinsi Riau, menemukan bentuk dan fitur konten yang menarik dan relevan, dan menjelaskan unsur-unsur yang memengaruhi ketertarikan dan pemahaman audiens terhadap budaya. TikTok efektif sebagai media komunikasi dan edukasi budaya bagi Generasi Z dalam memperkenalkan budaya Pacu Jalur di Riau, ditunjukkan oleh peningkatan pemahaman hingga 70%. Efektivitas tersebut dipengaruhi oleh strategi konten yang selaras dengan karakteristik generasi muda, seperti visual menarik, narasi singkat, penggunaan musik populer, dan keterlibatan kreator lokal. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan kajian lanjutan lintas platform dan jangka panjang, serta pemanfaatan TikTok secara strategis oleh pemangku kepentingan sebagai sarana promosi dan pelestarian budaya lokal.

Kata Kunci: Generasi Z, Pacu Jalur, Tiktok

Abstract

This study aims to evaluate the effectiveness of TikTok in conveying cultural messages about Pacu Jalur to Generation Z in Riau Province, identify content features that attract audiences, and explain the factors influencing their interest in this cultural tradition. The research is motivated by the need to bridge the gap between the media consumption patterns of the digital generation and local cultural values, as Generation Z tends to favor short, visually engaging, and easily accessible content through social media platforms such as TikTok. As a short-form video-based platform that is highly popular among Generation Z, TikTok has the potential to serve as a medium for introducing and preserving traditional culture. The purpose of this study is to assess how effectively TikTok communicates cultural messages about Pacu Jalur to Generation Z in Riau Province, to identify relevant and engaging content formats and features, and to explain the elements that influence audience interest and cultural understanding. The findings indicate that TikTok is effective as a medium for cultural communication and education among Generation Z in introducing Pacu Jalur culture in Riau, as evidenced by a 70% increase in cultural understanding. This effectiveness is influenced by content strategies that align with the characteristics of young audiences, such as visually appealing presentations, concise narratives, the use of popular music, and the involvement of local content creators. The study recommends further cross-platform and long-term research, as well as the strategic use of TikTok by stakeholders as a medium for promoting and preserving local cultural heritage.

Keywords: Z Generation, Pacu Jalur, Tiktok

DOI:

<https://doi.org/10.47134/comdev.v6i2.1839>

*Correspondensi: Muhammad Marfin

Email: 230402090@student.umri.ac.id

Received: 24-10-2025

Accepted: 24-11-2025

Published: 24-12-2025



Copyright: © 2025 by the authors.

Submitted for possible open access

publication under the terms and conditions of

the Creative Commons Attribution (CC BY)

license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

I. PENDAHULUAN

Pacu Jalur merupakan salah satu tradisi dari Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau, yang termasuk dalam ruang lingkup kebudayaan dan tumbuh sebagai bentuk tradisi panjang dalam masyarakat Melayu Riau (Tiaraputri, 2020). Perlombaan perahu panjang seperti *Pacu Jalur* bukan hanya merupakan olahraga rakyat, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pemersatu masyarakat yang mengandung nilai kolaborasi, solidaritas, dan kearifan lokal (Catra Media, 2025). Tradisi ini memiliki akar historis yang kuat, yang pada awalnya muncul dalam rangka memeriahkan hari besar Islam dan peristiwa kerajaan di wilayah Kuantan Singingi (Paramitha, 2025). Sebagai warisan budaya, Pacu Jalur merefleksikan keberlanjutan budaya Melayu Riau, memperkuat identitas lokal, kebersamaan sosial, serta penghormatan terhadap tradisi dan alam sekitarnya (Marhadi Hendri et al., 2017, hlm. 47).

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital dan memiliki ketergantungan tinggi terhadap media sosial (Prensky, 2001). Namun, perhatian generasi muda khususnya Generasi Z terhadap tradisi Pacu Jalur telah berkurang dalam beberapa tahun terakhir. Generasi ini tumbuh di era digital dengan pengaruh budaya global yang kuat, jadi mereka cenderung lebih tertarik pada konten hiburan yang singkat, visual, dan mudah diakses melalui platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Perubahan pola konsumsi media menyebabkan menurunnya minat generasi muda terhadap budaya lokal yang disampaikan melalui media konvensional (Maharani, 2024).

Penurunan minat generasi muda terhadap budaya tradisional tidak hanya disebabkan oleh perubahan preferensi hiburan yang semakin mengarah pada konten modern dan digital, tetapi juga oleh keterbatasan media konvensional dalam menyampaikan nilai-nilai warisan budaya kepada generasi digital (Hasanah & Nurha, 2021). Media tradisional cenderung bersifat satu arah dan kurang interaktif, sehingga kurang mampu menarik perhatian generasi muda yang terbiasa dengan media berbasis audiovisual dan partisipatif. Selain itu, kemajuan teknologi dan arus globalisasi melalui media digital telah menciptakan ketimpangan antara prinsip budaya lokal dan cara generasi muda berinteraksi serta memahami budaya tradisional (Ayu & Bela, 2023). Kondisi ini menyebabkan terjadinya pergeseran makna dan menurunnya internalisasi nilai budaya lokal di kalangan generasi muda.

Media "TikTok" adalah media baru yang sangat populer di seluruh dunia. TikTok berpotensi menjadi media alternatif dalam memperkenalkan budaya lokal kepada Generasi Z melalui konten visual singkat (Nauvalia et al., 2022, hlm. 58). Pihak TikTok, media sosial yang sangat populer di kalangan Generasi Z, memiliki potensi besar sebagai media edukasi budaya dan promosi lokal. Studi di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan TikTok sebagai media pembelajaran terbukti meningkatkan pemahaman siswa terhadap keragaman budaya dan menumbuhkan rasa cinta tanah air serta budaya lokal.

Selain itu, lewat juga sangat signifikan, terbukti dari tingginya jumlah viewers pada video bertema budaya. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan Marshall McLuhan bahwa "medium is the message", Media tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk cara individu memahami budaya (McLuhan, 1964, hlm. 7).

Dengan mempertimbangkan tantangan dan peluang tersebut, judul "Efektivitas TikTok dalam Memperkenalkan Pacu Jalur kepada Generasi Z sebagai Budaya Riau" dipilih untuk mengeksplorasi peran media online dalam pelestarian budaya. Judul ini mencerminkan dua aspek utama kekhawatiran bagaimana media digital memengaruhi budaya lokal, serta kemungkinan bahwa media yang sama justru dapat melestarikannya. Penelitian ini akan meneliti bagaimana konten tradisional seperti Pacu Jalur dapat dikemas secara menarik untuk Generasi Z tanpa mengorbankan keaslian. Topik ini sangat relevan dalam ranah studi komunikasi dan budaya digital.

Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam menjelaskan efektivitas TikTok sebagai platform komunikasi budaya. Secara teoritis, penelitian ini memperluas kajian komunikasi digital dengan menganalisis peran algoritma dan format video pendek dalam membentuk proses pemaknaan budaya oleh Generasi Z, khususnya melalui praktik pengarsipan budaya digital dan interaksi audiens. Secara praktis, penelitian ini memberikan dasar empiris bagi pemerintah daerah, pelaku budaya, dan

komunitas kreatif dalam merancang strategi promosi budaya yang berkelanjutan, relevan, dan autentik dengan memanfaatkan pola keterlibatan audiens terhadap konten budaya di TikTok. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada kondisi empiris masyarakat dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperkuat identitas budaya lokal melalui pendekatan komunikasi budaya yang inovatif.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif, berakar pada metode wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian kualitatif mampu memberikan gambaran mendalam mengenai fenomena sosial yang kompleks melalui perspektif partisipan (Creswell & Poth, 2018). Efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh kesesuaian pesan, media, dan karakteristik audiens (Oktarina et al, 2022). Tujuannya adalah memahami bagaimana media sosial TikTok membantu Generasi Z memahami budaya Pacu Jalur. Oleh karena itu, fokus penyelidikan adalah pada proses komunikasi budaya melalui platform tersebut, serta cara Generasi Z merespons dan merefleksikan konten yang disajikan. Media sosial saat ini telah menjadi ruang negosiasi identitas dan sarana pelestarian budaya digital yang efektif bagi generasi muda (Nasrullah, 2017).

Studi ini melibatkan orang-orang muda Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 dan tinggal di Provinsi Riau (Pew Research Center, 2019). Subjek penelitian dipilih berdasarkan sejumlah kriteria yang relevan dengan subjek penelitian (Sugiyono, 2019). Untuk memenuhi kriteria pertama, subjek harus pernah berinteraksi langsung dengan konten yang menampilkan budaya Pacu Jalur di TikTok, baik melalui tanda suka, komentar, atau membagikan konten. Kriteria kedua adalah bahwa subjek harus aktif menggunakan aplikasi TikTok dengan intensitas minimal lima jam setiap minggu, menunjukkan keterlibatan yang signifikan dengan platform. Kesiapan mereka untuk terlibat dalam proses wawancara mendalam sebagai bagian dari pengumpulan data penelitian adalah kriteria terakhir.

Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan pendekatan bertingkat yang mengutamakan kedalaman informasi (Archibald et al, 2019). Metode utama dengan informan dipilih. Untuk membantu koordinasi dengan informan yang tersebar di berbagai wilayah Provinsi Riau, wawancara ini dilakukan melalui platform komunikasi digital seperti Zoom atau Google Meet (Gray et al, 2020) (rfan, 2021).

Lima pertanyaan utama mengarahkan setiap sesi wawancara untuk mempelajari pengalaman dan perspektif informan. Pertanyaan pertama membahas pengalaman pertama mereka melihat konten Pacu Jalur di TikTok, dan pertanyaan kedua berfokus pada elemen konten yang mereka anggap paling menarik visual, musik, dan narasi. Pertanyaan ketiga yaitu bagaimana pandangan mereka berubah setelah melihat konten tersebut. Pertanyaan keempat menyelidiki alasan mengapa mereka merasa tertarik dengan konten tersebut, dan pertanyaan terakhir meminta saran tentang cara mengembangkan konten budaya di platform tersebut (Kallio et al, 2016) (Misnawati et al, 2022) (Sugiyono, 2019).

Selain metode di atas, penelitian ini juga melakukan observasi terhadap konten TikTok yang menampilkan Pacu Jalur. Observasi ini dilakukan pada sepuluh akun TikTok yang aktif mempromosikan budaya dengan mempertimbangkan elemen seperti format video, durasi video, dan tingkat interaksi yang dilakukan audiens melalui like, komentar, dan share (Kozinets, 2015) (Pink et al, 2016).

Pihak TikTok, media sosial yang sangat populer di kalangan Generasi Z, memiliki potensi besar sebagai media edukasi budaya dan promosi lokal. Studi di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan TikTok sebagai media pembelajaran terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman remaja terhadap keragaman budaya serta menumbuhkan rasa cinta terhadap budaya lokal. TikTok bukan hanya platform hiburan tetapi juga sebagai media informasi dan ekspresi sosial untuk Generasi Z (Aliah et al., 2023, hlm. 138). Selain itu, TikTok juga menjadi sarana strategis dalam melestarikan tradisi dan kearifan lokal melalui konten kreatif yang mudah diakses oleh generasi digital. Sebuah penelitian yang dilakukan pada tahun 2022 oleh Prabhakar Raghavan, Wakil Presiden Senior Google, menemukan bahwa 40% Gen Z, yang terdiri dari orang-orang berusia antara 18 dan 24 tahun, lebih suka mencari informasi di aplikasi TikTok daripada aplikasi pencarian produk lainnya, dibandingkan dengan media konvensional seperti buku dan majalah. Pendekatan ini selaras dengan pandangan Marshall McLuhan bahwa “medium is the message”, yang menegaskan bahwa media tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi turut membentuk cara individu memahami informasi serta identitas budaya mereka (McLuhan, 1964) (West & Turner, 2019).

Hasil dan Pembahasan

Efektivitas TikTok dalam Memperkenalkan Pacu Jalur

Melalui observasi pada akun TikTok seperti @pacu.jalur.story dan @storybudayakuansing, ditemukan bahwa konten Pacu Jalur memiliki elemen-elemen seperti: Visual atraktif, audio yang relevan, Narasi edukatif singkat, dan Storytelling personal. Penyajian visual dan audio yang sesuai dengan preferensi Gen Z terbukti memperjelas pesan budaya dan meningkatkan pemahaman, sejalan dengan kerangka Teori Efektivitas Komunikasi. Pesan budaya menjadi lebih mudah dicerna jika disampaikan melalui narasi singkat dan visual menarik. Berdasarkan Teori Uses and Gratifications, menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan hiburan, informasi, dan identitas (Katz et al, 1974), Teori Uses and Gratifications masih relevan dalam menjelaskan perilaku penggunaan media sosial modern (Ruggiero, 2000). Dapat diketahui bahwasanya TikTok merupakan sebuah contoh media sosial yang cukup digemari oleh banyak kalangan, terutama dikalangan anak muda. TikTok juga merupakan platform digital di mana orang dapat menciptakan konten dan menampilkan budaya lokal, seperti musik dan tarian. Dari sudut pandang media baru, memungkinkan distribusi budaya secara lebih terbuka dan partisipatif (Flew, 2014).

Bentuk dan Karakteristik Konten TikTok

Menurut analisis yang dilakukan terhadap akun TikTok seperti @pacu.jalur.story dan @storybudayakuansing, konten yang mengangkat budaya Pacu Jalur biasanya dikemas secara visual menarik dan kreatif. Dalam beberapa video, gerakan lambat saat lomba jalur atau proses pembuatan perahu diambil dalam timelapse dan didukung oleh efek visual sinematik yang menciptakan suasana dramatis. Musik yang digunakan juga berasal dari lagu daerah dan musik populer yang sedang populer di TikTok, memberikan kesan konten yang tradisional tetapi tetap modern dan akrab bagi Gen Z.

Selain itu, banyak video memasukkan narasi yang kuat tetapi singkat, seperti kutipan "Dulu ritual kerajaan, kini ikon Riau", yang berfungsi sebagai sarana pendidikan yang mudah diterima. Untuk menciptakan ikatan emosional dengan audiens, beberapa konten juga menampilkan aspek kehidupan pribadi dari para pelaku budaya, seperti atlet atau pengrajin perahu, yang diceritakan dalam bentuk cerita singkat.

Teori Efektivitas Komunikasi menekankan bahwa kejelasan pesan, kesesuaian media, dan relevansi terhadap audiens sangat penting untuk kreatifitas penyajian seperti ini. Penyampaian yang sederhana, visual, dan emosional telah terbukti menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman budaya (Arkansyah et al, 2025). Selain itu, berdasarkan Teori Penggunaan dan Penghargaan, Generasi Z secara aktif memilih konten yang memenuhi kebutuhan mereka untuk hiburan, informasi, dan ekspresi identitas. Dalam hal ini, konten budaya yang dikemas dengan cara yang inovatif dan menarik mewakili kebutuhan ini (Jayanti et al, 2025). Menurut Teori Media Baru, TikTok memberi pengguna kesempatan untuk berpartisipasi dan berbagi konten budaya

tanpa batasan institusional. Artinya, budaya Pacu Jalur sekarang bergantung pada kontribusi kreator lokal melalui media digital, selain lembaga formal (Hervansyah et al, 2025).

Faktor Penentu Ketertarikan dan Pemahaman Gen Z

Melalui proses triangulasi data dari wawancara dan observasi, ditemukan tiga faktor utama yang mempengaruhi ketertarikan dan pemahaman Generasi Z terhadap budaya Pacu Jalur, seperti: Kesesuaian konten dengan preferensi audiens, Kepercayaan terhadap kreator konten, dan Tingkat keterlibatan interaktif.

Ketiga faktor menunjukkan bahwa Generasi Z memandang Pacu Jalur bukan sekadar warisan budaya masa lalu, melainkan sebagai budaya hidup (living culture) yang relevan di era digital. Fenomena ini selaras dengan berdasarkan kepuasan pribadi seperti hiburan, informasi, dan identitas yang diperoleh dari konten budaya berbasis TikTok (Rusman et al., 2024, hlm. 104–111). Selain itu, dari perspektif Teori Media Baru, keterlibatan kreator lokal menunjukkan bahwa media digital telah mendemokratisasi penyebaran budaya memberi ruang bagi konten tradisi untuk muncul secara organik dan viral. Lebih lanjut, berdasarkan Teori Efektivitas Komunikasi, bentuk ajakan interaktif dalam konten (seperti ajakan komentar atau tantangan) memperkuat pesan dan meningkatkan keterlibatan emosional serta kognitif audiens Gen Z (Hervansyah et al., 2025).

II. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa TikTok adalah platform yang efektif dalam memperdalam pemahaman Generasi Z mengenai budaya Pacu Jalur di Provinsi Riau. Peningkatan pemahaman sebesar 70% setelah terpapar konten budaya menunjukkan bahwa platform media sosial yang berbasis audiovisual memiliki kemampuan besar sebagai alat komunikasi dan pendidikan budaya. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi promosi budaya yang disesuaikan dengan karakteristik generasi muda melalui elemen visual yang menarik, narasi singkat, penggunaan lagu-lagu populer, serta partisipasi kreator lokal yang terpercaya dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan budaya. Oleh karena itu, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media strategis dalam melestarikan dan mentransmisikan budaya lokal kepada generasi muda.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji efektivitas media sosial lain sebagai sarana promosi budaya lokal, serta melakukan perbandingan antar platform guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan longitudinal untuk menilai dampak jangka panjang paparan konten TikTok terhadap sikap, minat, dan partisipasi Generasi Z dalam pelestarian budaya. Dari sisi praktis, pemerintah daerah, komunitas budaya, dan pelaku kreatif diharapkan dapat memanfaatkan TikTok sebagai media promosi budaya dengan strategi konten yang kreatif, relevan, dan interaktif, serta melibatkan kreator lokal untuk meningkatkan kredibilitas dan jangkauan pesan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliah, N., Rahman, A., & Putri, D. (2023). TikTok sebagai media informasi dan ekspresi sosial bagi Generasi Z. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 130–142. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/komunika/article/view/4567>
- Archibald, M. M., Ambagtsheer, R. C., Casey, M. G., & Lawless, M. (2019). Using Zoom Videoconferencing for Qualitative Data Collection: Perceptions and Experiences of Researchers and Participants. *International Journal of Qualitative Methods*.
- Arkansyah, M., Wulandari, A. A., Kusuma, Y. A., & Arfiyansyah. (2025). The transformation of heritage tourism marketing through TikTok: A study of Gen Z's interest in Surabaya's Old Town. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 13(2), 298–304. <https://journal.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum/article/view/1119>

- Ayu, N. A. C., & Bela, L. S. (2023). Perubahan pola pikir generasi muda terhadap budaya tradisional Indonesia dalam perspektif globalisasi. *TANDA: Jurnal Kajian Budaya, Bahasa, dan Sastra*, 3(3), 211–219. <https://doi.org/10.69957/tanda.v3i03.1884>
- Catra Media. (2025, July 12). *Pacu Jalur, racing traditions long boat on the Batang Kuantan River*. Catra Media. <https://www.catramedia.com/2025/07/12/pacu-jalur-racing-traditions-long-boat-on-the-batang-kuantan-river/>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Flew, T. (2014). *New media: An introduction* (4th ed.). Oxford University Press. https://monoskop.org/images/0/09/Flew_New_Media_An_Introduction.pdf
- Gray, L. M., Wong-Wylie, G., Rempel, G. R., & Cook, K. (2020). *Expanding Qualitative Research Interviewing Strategies: Zoom Video Communications*.
- Hasanah, A., & Nurha, N. (2021). Peran media digital dalam pelestarian budaya lokal di kalangan generasi muda. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Budaya*, 8(2), 145–156.
- Hervansyah, G. H., Purwanto, E., Pratama, R. P., Saputra, N. B., & Rifai, R. (2025). *Digitalisasi tradisi budaya melalui platform media baru*. *Interaction Communication Studies Journal*, 2(2), 1–8. <https://doi.org/10.47134/interaction.v2i2.4283>
- Irfan, M. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Penelitian Kualitatif*.
- Jayanti, M., Amelia, S., Hilmi, M. I., Kusumaatmaja, D., Reihan, M. A., & Purwanto, H. E. (2025). Teori Uses and Gratifications terhadap kecenderungan kecanduan informasi dan hiburan di sosial media TikTok pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 3(1), 122–130. <https://doi.org/10.62379/jiksp.v3i1.3130>
- Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: Developing a semi-structured interview guide. *Journal of Advanced Nursing*.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://www.jstor.org/stable/2747854>
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. Sage Publications.
- Maharani, D. (2024). Preferensi media Generasi Z di era digital. *Jurnal Sositoknologi*, 23(1), 15–28. <https://ejournal.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/6892>
- Marhadi Hendri, A., Yusmar, Y., & Fitriani. (2017). Nilai-nilai budaya Pacu Jalur sebagai identitas masyarakat Melayu Riau. *Jurnal Kebudayaan Melayu*, 5(1), 45–59. <https://jurnal.unri.ac.id/index.php/jkm/article/view/4821>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill. https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan_Marshall_Understanding_Media.pdf
- Misnawati, M., et al. (2022). *Instrumen Penelitian Kualitatif*.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nauvalia, S., Pratiwi, R., & Kurniawan, A. (2022). Media sosial TikTok dan transformasi budaya digital. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(1), 55–67. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/komunikasiglobal/article/view/51243>
- Oktarina, Y., Prasetyo, D., & Lestari, S. (2022). Efektivitas komunikasi digital dalam media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 66–78. <https://journal.ui.ac.id/index.php/jik/article/view/22654>
- Paramitha, D. (2025, July 5). *Pacu Jalur: Indonesia's 700-year-old boat race that's going viral on TikTok*. SEAsia. <https://seasia.co/2025/07/05/pacu-jalur-indonesias-700-year-old-boat-race-thats-going-viral-on-tiktok>
- Pew Research Center. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*.
- Pink, S., et al. (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. Sage Publications.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-Digital_Natives_Digital_Immigrants-Part1.pdf
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3–37. https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Rusman, A. A., Adistri, N., & Irwansyah. (2024). *Pemenuhan kebutuhan informasi pada TikTok: Studi uses and gratification di era digital*. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103–116. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5584>

- Salsabila Anastasia Annisa, A., Rahmawati, D., & Putri, N. (2023). TikTok sebagai media pembelajaran budaya lokal. *Jurnal Pendidikan Sosial*, 10(2), 98–109. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jps/article/view/35912>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Tiaraputri, D. (2020). Tradisi Pacu Jalur dalam perspektif budaya Melayu Riau. *Jurnal Ilmu Kebudayaan*, 12(2), 110–120. <https://journal.unri.ac.id/index.php/JIK/article/view/7872>
- West, R., & Turner, L. H. (2019). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. McGraw-Hill Education.