

PENGARUH SOSIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA

Shazrin Daniyah Khansa¹, Kinkin Yuliaty Subarsa Putri²

^{1,2}Universitas Negeri Jakarta

Naskah diterima tanggal 21-12-2021, direvisi tanggal 16-01-2022, disetujui tanggal 31-01-2022

Abstrak. Perkembangan internet semakin lama semakin maju memicu munculnya berbagai macam sosial media baru, termasuk TikTok. Kondisi pandemi covid-19 yang mengharuskan hampir seluruh dunia melakukan *lockdown* dan *work from home* guna mencegah penularan virus, pengaruhnya sangat besar terhadap kehidupan masyarakat di Indonesia dan di seluruh dunia. TikTok merupakan aplikasi yang disukai dan populer hampir di seluruh kalangan. Namun, dari kemudahan akses tersebut tentunya tidak selalu menjadi hal yang baik. Asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification* adalah Teori tersebut menjelaskan mengapa konsumen menggunakan media tertentu dan apa fungsi media tersebut bagi mereka (Katerattanakul, 2002). Paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif serta penggunaan metode survei digunakan pada penelitian ini. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2019 Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 83 orang dengan jumlah sampel 69 orang. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara sosial media TikTok dengan gaya hidup remaja.

Kata kunci: Media sosial, Gaya hidup, Mahasiswa

Abstract. *The development of the internet is increasingly advancing, triggering the emergence of various new social media, including TikTok. The COVID-19 pandemic condition, which requires almost the entire world to lock down and work from home to prevent the transmission of the virus, has had a very large impact on people's lives in Indonesia and throughout the world. TikTok is an application that is liked and popular in almost all circles. However, the ease of access is certainly not always a good thing. The basic assumption of the Uses and Gratification theory is that the theory explains why consumers use certain media and what the function of the media is for them (Katerattanakul, 2002). The positivism paradigm with a quantitative approach and the use of survey methods is used in this study. The population used in the study were students of Communication Science class 2019 State University of Jakarta, amounting to 83 people with a total sample of 69 people. From the research conducted, it is found that there is an influence between TikTok social media and the lifestyle of teenagers.*

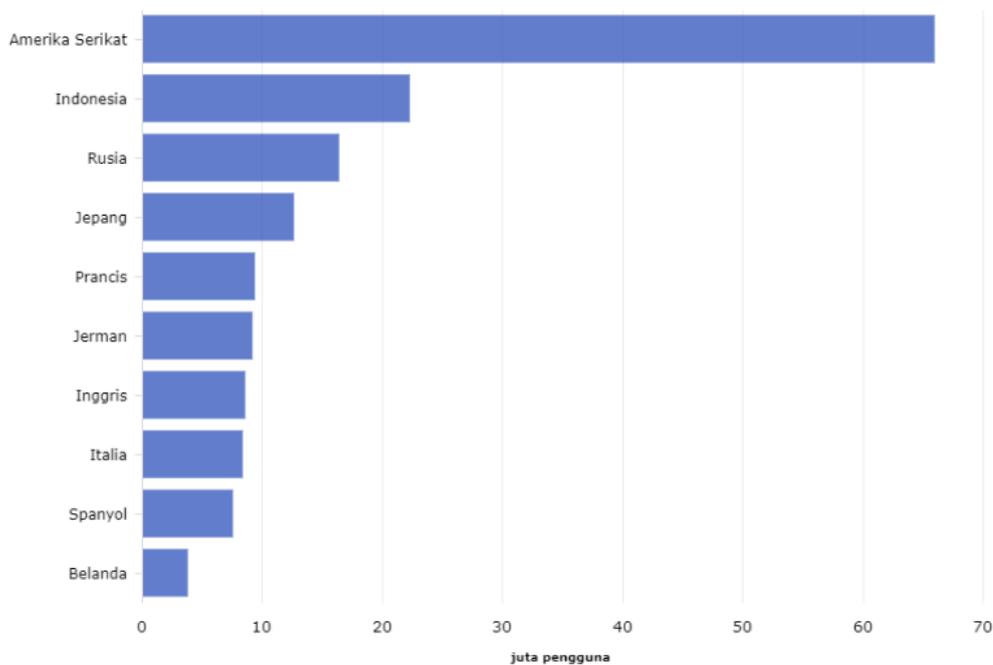
Keywords: *Social media, Lifestyle, Student*

PENDAHULUAN

Perkembangan internet semakin lama semakin maju hingga saat ini terutama dikalangan remaja. Internet berkembang pesat sehingga siapapun dapat menggunakannya, dimanapun dan kapanpun. Perkembangan internet juga memicu munculnya berbagai macam sosial media baru, termasuk TikTok. Dari beberapa aplikasi yang dimiliki oleh Facebook Inc., TikTok dapat mengalahkan beberapa aplikasi tersebut dan menjadi peringkat kedua setelah aplikasi WhatsApp (Kusuma, 2020)

TikTok adalah salah satu aplikasi yang memberikan penggunanya kebebasan untuk membuat video dengan durasi pendek sekitar 15 sampai 180 detik dengan menambahkan filter, musik, dan juga fitur yang menarik lainnya. Aplikasi ini di buat oleh negara China, di bawah perusahaan ByteDance.

Kondisi pandemi covid-19 yang mengharuskan hampir seluruh dunia melakukan *lockdown* dan *work from home* guna mencegah penularan virus dan pengaruhnya sangat besar terhadap kehidupan masyarakat di Indonesia dan di seluruh dunia. Media sosial seperti TikTok tentunya memiliki peran yang cukup penting di masa-masa sulit seperti ini. Hal tersebut yang menyebabkan TikTok mengalami lonjakan atau kenaikan popularitas yang cukup besar.



sumber: Katadata.co.id (2020)

Gambar 1. Sepuluh Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terbanyak di Dunia pada 2020

Menurut survei yang dilakukan oleh Statista, Indonesia memiliki pengguna TikTok bulanan teraktif kedua di dunia pada tahun 2020 dan berada pada posisi ke-2 yaitu sebanyak 22,2 juta pengguna. Posisi pertama sebagai negara yang jumlah pengguna aktif bulanan TikToknya terbanyak adalah Amerika Serikat yaitu sebesar 65,9 juta pengguna (Annur, 2021).

Mulai dari kalangan remaja, orang dewasa, bahkan juga anak kecil sangat menyukai aplikasi ini karena kemudahan dalam mengaksesnya untuk mendapatkan hiburan dan juga informasi. Semua orang dapat dengan mudah membuat atau mendapatkan hiburan berupa video-video dari berbagai semua umur, kalangan, dan dari berbagai dunia. Orang-orang juga dengan mudah mengakses dan mendapatkan informasi mengenai apapun seperti bisnis, berita-berita terbaru dan informasi lainnya.

Namun, dari kemudahan akses tersebut tentunya tidak selalu menjadi hal yang baik. Karena aplikasi ini bisa diakses oleh semua orang dari berbagai umur dan kalangan, tentunya tidak ada juga pembatasan konten-konten yang dibuat. Semua orang bisa dengan mudah

melihat konten yang memiliki unsur positif maupun unsur negatif. Hal ini tentunya sangat membahayakan bagi para remaja dibawah umur yang melihat konten-konten berunsur negatif tersebut.

Namun meskipun terlihat begitu banyak manfaat dan pelajaran yang bisa diambil dari aplikasi Tiktok, nyata nya berfokus pada suatu aplikasi secara berlebihan juga akan membawa pengaruh buruk bagi individu terutama remaja yang masih sangat labil akan kepuasan dan keinginan diri mereka sendiri. Pengaruh negatif dari aplikasi TikTok sebagai media penurun tingkat stres di era pandemi Covid-19 adalah, keinginan untuk membuat video yang berbeda dari yang lain membuat kreator tidak bisa membedakan mana aksi yang pantas dan tidak pantas untuk dipertontonkan.

Banyak konten-konten TikTok yang menggunakan baju-baju sexy serta berjoget dengan gerakan yang tidak pantas dan terlihat erotis yang bahkan dijadikan sebuah *trend*. Sehingga banyak orang yang ikut melakukan hal tersebut demi mengikuti *trend* yang ada dan mendapat pengakuan dari para pengguna social media lainnya terutama pengguna sosial media TikTok.

Tidak hanya *trend* berjoget, pada aplikasi TikTok juga banyak konten 'racun' yang banyak di minati remaja. Konten 'racun' ini adalah konten dimana orang-orang merekomendasikan barang-barang yang menurutnya bagus. Konten ini juga diperkuat dengan adanya program *affiliate*. Program *affiliate* fitur yang bisa dimanfaatkan pengguna untuk memasarkan berbagai produk melalui konten video (Syahrial, 2022). Hal tersebut juga memicu terjadinya perubahan gaya hidup yang konsumtif kepada remaja.

Pada penelitian ini, peneliti membatasi remaja di Universitas Negeri Jakarta khususnya Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019. Peneliti memilih remaja karena remaja sangat bergantung pada media sosial. Mulai dari aktivitas, hiburan, hingga informasi biasanya para remaja akan mencari di media sosial, salah satunya adalah TikTok (Fauziah, 2019). Dari pembahasan di atas, membuat peneliti memiliki keinginan untuk meneliti hal tersebut dengan judul "Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja"

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja?". Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. Diharapkan penelitian ini memiliki manfaat akademis yaitu penelitian ini dapat memperkaya penelitian di bidang komunikasi dan diharapkan dapat memahami mengenai Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja dan juga memiliki manfaat secara praktis yaitu diharapkan dari penelitian ini dapat memperluas wawasan dan juga menambah literatur ilmiah.

Literatur Review

Media sosial dapat diartikan sebagai alat komunikasi dimana menggunakan media daring yang penggunaanya dapat dengan mudah untuk berbagi, membuat, dan berpartisipasi terhadap isinya. (Putri, Nurwati, & S., 2016). Menurut Van Dijk, media sosial juga merupakan tempat dimana media berfokus pada eksistensi penggunaanya (Nasrullah, 2015). Media sosial adalah istilah yang sering digunakan untuk merujuk pada bentuk media baru yang melibatkan partisipasi interaktif (Manning, 2014). Dengan munculnya teknologi digital dan seluler, interaksi dalam skala besar menjadi lebih mudah bagi individu daripada sebelumnya; dan dengan demikian, era media baru lahir di mana interaktivitas ditempatkan di pusat fungsi media baru. Satu individu sekarang dapat berbicara kepada banyak orang, dan umpan balik instan adalah suatu kemungkinan. Dimana warga dan konsumen dulunya memiliki suara yang terbatas dan agak teredam, sekarang mereka bisa berbagi pendapat dengan banyak orang (Manning, 2014)

Gaya hidup merupakan suatu pola hidup individu yang di ekspresikan melalui minat, opini dan juga aktivitasnya (Dewi & Samuel, 2015). Mowen & Minor (2002) mendefinisikan gaya hidup sebagai suatu hal cara seseorang mengalokasikan waktu dan juga membelanjakan uangnya. Menurut Kotler & Keller (2012), gaya hidup merupakan sikap seseorang atas hasil interaksi dan juga reaksinya dengan dunia. Tentunya gaya hidup satu individu dengan individu lainnya pasti berbeda, karena gaya hidup merupakan suatu hal yang dinamis. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup, yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal. Faktor internal gaya hidup dapat dipengaruhi oleh sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian,

konsep diri, motif dan juga persepsi. Sedangkan faktor eksternal gaya hidup dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga, dan kelas sosial (Nugraheni, 2003).

Asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification* adalah bahwa orang-orang secara aktif terlibat dalam penggunaan media dan berinteraksi dengan media komunikasi dengan membangun pengelompokan profil dari penggunaan yang terkait dan kepuasan yang terkait secara teoritis (Luo, 2002). Teori tersebut menjelaskan mengapa konsumen menggunakan media tertentu dan apa fungsi media tersebut bagi mereka (Katerattanukul, 2002). *Uses and Gratification Theory* adalah teori yang menjelaskan media mana yang akan dipilih orang untuk memenuhi kebutuhannya (Sativa, 2010).

Beberapa penelitian juga sudah pernah dilakukan sebelumnya dan juga memiliki hubungan dengan penelitian ini karena memiliki variabel yang sama yaitu Media Sosial dan Gaya Hidup. Seperti pada jurnal dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro” yang dilakukan oleh Dewi Oktaviani (Oktaviani, 2019). Pada jurnal ini membahas mengenai perkembangan teknologi internet di zaman sekarang sudah sangat banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Tidak hanya sebagai media berkomunikasi biasa tetapi juga sebagai bagian yang sangat erat dengan pergaulan sosial, pendidikan, industri dan juga bisnis. Beberapa media sosial juga sudah berkembang di zaman sekarang dan sering digunakan sebagai cara menunjukkan keberadaan diri kita sendiri atau eksistensi. Penggunaan media sosial terlalu berlebih dapat mempengaruhi juga budaya bangsa, gaya hidup, dan cara pandang. Maka dari itu penelitian dilakukan. Dari hasil penelitian di dapatkan bahwa mahasiswa yang menjadi objek penelitian tersebut menggunakan media sosial dan sudah menjadikan media sosial tersebut sebagai gaya hidup mereka dan terdapat dampak negative dan positif dari digunakannya media sosial tersebut.

Penelitian serupa yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Dan Etika Remaja” yang ditulis oleh Rifqi Agianto, Anggi Setiawati dan Ricky Firmansyah (Agianto, Setiawati, & Firmansyah, 2020). Di bahas pada penelitian ini bahwa perkembangan sosial media salah satunya adalah Instagram yang sangat digemari oleh para anak muda. Tentunya Instagram memiliki dampak yang positif maupun negative pula terhadap penggunaannya dan dampak ini pun yang dapat mempengaruhi gaya hidup serta etika remaja. Dari penelitian di dapatkan bahwa penggunaan sosial media Instagram memiliki pengaruh terhadap gaya hidup dan juga etika para penggunaannya baik kearah yang positif maupun negative.

Penelitian dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Korelasional Kuantitatif Tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Sumatera Utara)” juga pernah dilakukan oleh Ade Soraya (Soraya, 2019). Pada penelitian ini membahas mengenai perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat dan memberi perubahan terhadap cara berinteraksi manusia, yang tadinya hanya bisa dilakukan secara tatap muka namun sekarang bisa dilakukan melalui media sosial. Salah satu media sosialnya adalah Instagram. Aplikasi ini menjadi salah satu sosial media yang populer yang sering digunakan oleh anak muda. Instagram tidak semata-mata digunakan hanya untuk berkomunikasi namun juga untuk menunjukkan eksistensi diri yang dapat mempengaruhi gaya hidup anak muda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hal tersebut sangat berpengaruh mengenai pengaruh media sosial Instagram terhadap gaya hidup mahasiswa USU.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini menggunakan paradigma positivisme. Paradigma positivisme pada umumnya merupakan paradigma yang terkait dengan eksperimen dan penelitian kuantitatif, positivisme dianggap sebagai bentuk atau perkembangan empirisme (Ryan, 2018). Paradigma positivisme diperkenalkan pertama kali oleh Auguste Comte, sistem filosofis ini didasarkan pada bukti rasional/penyangkalan terhadap pernyataan ilmiah; mengasumsikan realitas objektif yang dapat diketahui (Babbie, 2016). Positivisme menganggap dunia sosial sebagai kumpulan individu yang ditentukan oleh sifat-sifat tertentu seperti usia, pendapatan, dan pencapaian Pendidikan (Beuving & Vries, 2015). Dalam pandangan positivis, dunia

beroperasi dengan hukum sebab dan akibat yang dapat kita lihat jika kita menggunakan pendekatan ilmiah untuk penelitian (Sekaran & Bougie, 2016).

Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian kali ini. Pendekatan kuantitatif ialah pendekatan yang dianggap sebagai penyelidikan terorganisir tentang fenomena melalui pengumpulan data numerik dan pelaksanaan teknik statistik, matematika atau komputasi. Sumber penelitian kuantitatif adalah paradigma positivisme yang menganjurkan pendekatan yang tertanam dalam perincian statistik yang melibatkan strategi lain seperti statistik inferensial, pengujian hipotesis, eksposisi matematis, desain eksperimental dan kuasi-eksperimental, pengacakan, blinding, protokol terstruktur, dan kuesioner dengan variasi jawaban yang telah diatur sebelumnya (Slevitch, 2011). Pendekatan kuantitatif adalah informasi berupa angka-angka (Neuman, 2014). Metode kuantitatif, yaitu yang terkait dengan angka, dapat memiliki tempat dalam desain penelitian naturalistik selama penerapannya tidak bertentangan dengan ambisi penyelidikan naturalistik: untuk mempelajari masyarakat sebagaimana ia menampilkan dirinya kepada anggotanya dalam kehidupan sehari-hari (Beuving & Vries, 2015).

Penelitian kali ini juga menggunakan metode survei yang dimana merupakan suatu metode yang memakai kuesioner sebagai alat penelitian untuk mempelajari suatu populasi, dan mengambil data yang berasal dari sampel populasi yang dipilih (Sugiyono, 2013). Menurut Scheuren (2004), kata survei diartikan sebagai metode pengumpulan data dari sampel individu. Survei sebenarnya merupakan proses yang disusun oleh langkah atau cara yang saling berkaitan. Dengan cara yang sama seperti metode pengumpulan data lainnya, proses ini juga dimulai dengan mendefinisikan tujuan diikuti dengan memilih kerangka survei dan memutuskan desain sampel. Metodologi ilmu sosial sangat bergantung pada metode survei dalam upaya penelitiannya karena memiliki keuntungan dari cakupan yang luas untuk memiliki banyak informasi dari populasi yang lebih besar.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 83 orang, dengan sampel yang digunakan berjumlah 69 orang dihitung menggunakan rumus slovin.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$

Ket. :

n ialah jumlah sampel

N ialah jumlah seluruh populasi

e ialah toleransi error

$$n = \frac{83}{(1 + (83 \times 0,0025))} = 68,73 \approx 69 \text{ orang}$$

Penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel acak atau *probability sampling* dan menggunakan jenis *simple random sampling*. *Probability sampling* menentukan kepada peneliti bahwa setiap segmen dari populasi yang diketahui akan diwakili dalam sampel. Sampel probabilitas memjamin diri untuk analisis yang ketat untuk menentukan kemungkinan dan kemungkinan bias dan kesalahan (Adwok, 2015). Pada *probability sampling* kita dapat memilih sampel dari populasi yang sudah ditentukan dengan skala populasi besar dan didasari oleh teori probabilitas sehingga pemilihan acak dapat digunakan karena hanya dengan pemilihan acaklah, sampel dapat dikatakan sebagai sampel probabilitas.

Pengambilan sampel acak sederhana telah didefinisikan sebagai sejenis pengambilan sampel probabilitas di mana unit-unit yang menyusun populasi diberi nomor. Satu set angka acak kemudian dihasilkan, dan unit yang memiliki angka-angka itu termasuk dalam sampel (Adwok, 2015). Dengan kata lain, *simple random sampling*, merupakan metode yang memilih sampel secara acak dengan cara memberi nomor kepada individu, lalu nomor tersebut dipilih secara acak. Angka yang terpilih maka dijadikan kedalam sampel penelitian.

Data pada penelitian ini diambil dengan cara kuesioner. Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan dengan ruang jawaban yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dari responden (Etikan & Bala, 2017). Kuesioner digunakan jika sumber daya terbatas karena kuesioner bisa sangat murah untuk merancang dan mengelola dan waktu adalah

sumber daya penting yang menghabiskan kuesioner semaksimal mungkin, perlindungan privasi peserta sebagai peserta akan merespons dengan jujur hanya jika identitas mereka disembunyikan dan kerahasiaan dipertahankan, dan menguatkan dengan temuan lain sebagai kuesioner dapat menjadi alat konfirmasi yang berguna ketika dikuatkan dengan penelitian lain yang memiliki sumber daya untuk mengejar strategi pengumpulan data lainnya (Roopa & Rani, 2012).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dua teknik pengolahan data digunakan pada penelitian kali ini yaitu univariat dan bivariat. Univariat adalah metode analisis untuk memeriksa suatu hubungan dua variable (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik univariat tepat digunakan jika ada pengukuran tunggal untuk setiap elemen dalam sampel atau jika ada beberapa pengukuran untuk setiap elemen tetapi setiap variabel dianalisis secara terpisah (Malhotra & Birks, 2007). Analisis univariat termasuk dalam analisis dengan satu variabel dengan tujuan deskriptif. Analisis univariat, melibatkan penggambaran kasus dalam bentuk variabel tunggal—khususnya, distribusi atribut yang dikandungnya (Babbie, 2016). Teknik univariat dapat diklasifikasikan lebih lanjut berdasarkan apakah datanya metrik atau non-metrik. Data metrik diukur pada rasio atau interval, sedangkan data non-metrik diukur pada skala ordinal atau nominal. Teknik-teknik ini dapat dikelompokkan lebih lanjut atas dasar apakah satu atau lebih sampel yang terlibat (Malhotra & Birks, 2007). Dari hasil perhitungan analisis univariat di dapatkan data sebagai berikut.

Tabel 1.
Tabel Analisis Univariat
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	69	3	4	3.51	.504
X2	69	2	4	3.39	.599
X3	69	2	4	3.49	.532
X4	69	1	4	3.07	.671
X5	69	2	4	3.38	.517
X6	69	3	4	3.35	.480
X7	69	2	4	3.30	.494
X8	69	3	4	3.49	.504
Y1	69	3	4	3.49	.504
Y2	69	2	4	3.35	.510
Y3	69	2	4	3.16	.474
Y4	69	3	4	3.49	.504
Y5	69	2	4	3.46	.531
Y6	69	3	4	3.51	.504
Y7	69	2	4	3.29	.545
Valid N (listwise)	69				

Sumber data: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25 (2021)

Pada variable X (Media Sosial), nilai mean paling tinggi terdapat pada item X1 dengan nilai 3,51. Dan nilai mean paling rendah terdapat di X4 sebesar 3,07. Dari table di atas, dapat dilihat pula bahwa hasil rata-rata dari kedua item variabel tersebut adalah 3,29, maka dapat diartikan bahwa hasil dari data tersebut menunjukkan banyak responden yang memilih angka 3 (setuju) pada pernyataan yang diberikan.

Pada variable Y (Gaya Hidup), nilai mean paling tinggi terdapat pada item Y6 dengan nilai 3,51. Dan nilai mean paling rendah terdapat di Y3 sebesar 3,16. Hasil rata-rata dari kedua item variabel tersebut adalah 3,33, maka dapat diartikan bahwa hasil dari data tersebut

menunjukkan banyak responden yang memilih angka 3 (setuju) dari setiap pernyataan yang disediakan oleh peneliti.

Selain teknik analisis univariat, terdapat juga analisis bivariat yaitu merupakan teknik analisis yang merupakan cara untuk menganalisis dua variabel bersama-sama, yang bertujuan untuk menentukan hubungan empiris antara keduanya (Babbie, 2016). Menurut Neuman (2014), statistik bivariat dapat digunakan untuk mempertimbangkan dua variabel secara bersama-sama dan menggambarkan hubungan antar variabel. Statistik bivariat jauh lebih bernilai. Anda dapat mempertimbangkan dua variabel bersama-sama dan menggambarkan hubungan di antara mereka. Bahkan hipotesis sederhana membutuhkan dua variabel. Analisis statistik dua dimensi mengungkapkan hubungan antar variabel, yaitu apa yang terjadi bersama-sama (Neuman, 2014). Analisis bivariat mengeksplorasi bagaimana variabel dependen tergantung atau dijelaskan oleh variabel independen, atau mengeksplorasi hubungan antara dua variabel tanpa hubungan sebab dan akibat (Bertani, Paola, Russo, & Tuzzolino, 2018). Dari hasil perhitungan analisis bivariat di dapatkan data sebagai berikut.

Tabel 2
Tabel Hasil Analisis Bivariat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.689	1.937		3.969	.000
	Total_X	.595	.071	.713	8.331	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber data: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25 (2021)

Atas dasar hasil dari perhitungan tabel di atas, dapat kita lihat nilai koefisien sebesar $Y = 7,689 + 0,595X$, dengan nilai konstanta (a) yaitu sebesar 7,689 dan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,595, dan dari sampel yang ditentukan, diperoleh t tabel sebesar 1,996.

Dikarenakan hasil nilai t hitung pada t tabel adalah $7,689 > 1,996$ yang artinya lebih besar. Dan besar nilai signifikansi yaitu 0,000 kecil dari 0,05. Maka, H_a diterima dan H_o ditolak. Maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara media sosial TikTok dengan gaya hidup remaja. Pengaruh variabel X ke variabel Y sebesar 0,713.

SIMPULAN

Setelah peneliti melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja" peneliti menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Sebagian besar dari mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta setuju bahwa Sosial Media TikTok memberi pengaruh terhadap Gaya Hidup Remaja dikarenakan mudahnya akses informasi atau hiburan yang di dapatkan melalui aplikasi tersebut
2. Berdasarkan hasil analisis bivariat diketahui, bahwa nilai signifikansi di dapat sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini berarti sosial media TikTok memiliki pengaruh yang signifikan juga terhadap gaya hidup remaja yang dimana **pada penelitian ini adalah mahasiswa** Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Adwok, J. (2015). Probability Sampling - A Guideline for Quantitative Health Care Research. *The Annals Of African Surgery*, 12(2), 95–99.
- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), 130–139.
- Annur, C. M. (2021). Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar TikTok di Dunia pada 2020. Retrieved November 8, 2021, from Databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020>
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research* (14th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Bertani, A., Paola, G. Di, Russo, E., & Tuzzolino, F. (2018). How to describe bivariate data. *Journal of Thoracic Disease*, 10(2), 1133–1137.
- Beuving, J., & Vries, G. de. (2015). *Doing Qualitative Research*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Dewi, M. N., & Samuel, H. (2015). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Manajaemen Pemasaran PETR*, 3(1), 1–13.
- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Developing questionnaire base on selection and designing. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6), 219–221.
- Fauziah, Y. R. (2019). *Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung*. Universitas Komputer Indonesia.
- Katerattanakul, P. (2002). Framework of effective website design for business-to-consumer internet commerce. *INFOR*, 40(1), 57–69.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, P. W. (2020). Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia. *Tekno Kompas*.
- Luo, X. (2002). Uses and gratifications theory and e-consumer behaviors: A structural equation modeling study. *Journal of Interactive Advertising*, 2(2).
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2007). *Marketing Research An Applied Approach* (3rd ed.). New Jersey: Pearson Education Limited.
- Manning, J. (2014). *Social media, definition and classes of*. In K. Harvey (Encycloped). Thousand Oaks: Sage Publication, Inc.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neuman, W. L. (2014). *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches* (3rd ed.). United States of America: Pearson Education Limited.
- Nugraheni, W. N. A. (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Oktaviani, D. (2019). *Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN metro*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) metro.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3. <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Roopa, S., & Rani, M. (2012). Questionnaire Designing for a Survey. *The Journal of Indian Orthodontic Society*, 46(4), 273–277.
- Ryan, G. (2018). Introduction to positivism, interpretivism and critical theory. *Nurse Researcher*, 25(4), 41–49.
- Sativa, D. (2010). *Media Online dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. Universitas Sebelas Maret.
- Scheuren, F. (2004). *What is a survey?* Alexandria: American Statistical Association.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-building Approach* (7th ed.). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Slevitch, L. (2011). Qualitative and quantitative methodologies compared: Ontological and

- epistemological perspectives. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(1), 73–81.
- Soraya, A. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Korelasional Kuantitatif tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Sumatera Utara)*. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrial, M. (2022, February 5). Syarat dan Cara Daftar TikTok Affiliate. *Kompas.Com*.