

## **Gaya Hidup Remaja Melalui Sosial Media Tiktok**

**Tuty Mutiah<sup>1</sup>, Marlina Rahmi Shinta<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika  
Jakarta, Indonesia

Email: [1tuty.ttt@bsi.ac.id](mailto:1tuty.ttt@bsi.ac.id), [2marlina.mrs@bsi.ac.id](mailto:2marlina.mrs@bsi.ac.id)

### **ABSTRAKSI**

Semakin majunya perkembangan internet sehingga berbagai macam sosial media bermunculan saat ini, salah satunya adalah TikTok. Penelitian ini membahas mengenai TikTok, Karena TikTok merupakan aplikasi musik Tiongkok yang merupakan platform video pendiri Toutiao pada September 2016. Dimana aplikasi untuk membuat video musik pendek, sehingga banyak orang bisa membuat video mereka sendiri. Ditambah lagi kondisi saat pandemi covid-19 dimana di Indonesia dan di seluruh dunia yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. guna mencegah penularan virus mengharuskan melakukan *lockdown* dan *work from*. Salah satu aplikasi yang disukai dan populer saat ini merupakan TikTok yang hampir di seluruh kalangan menyukainya. Asumsi awal 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 metode survei kepada responden dan dengan jumlah sampel 69 orang dari populasi berjumlah 83 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi dan bahasa Angkatan 2019 Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat adanya pengaruh gaya hidup remaja dengan sosial media TikTok.

**Kata kunci:** Gaya hidup, Media sosial, Mahasiswa

### **ABSTRACT**

*The more advanced the development of the internet so that various kinds of social media are emerging today, one of which is TikTok. This study discusses TikTok, because TikTok is a Chinese music application which is the video platform that Toutiao founded in September 2016. Where is an application for making short music videos, so that many people can make their own videos In addition, the conditions during the COVID-19 pandemic which in Indonesia and throughout the world are very influential on people's lives. In order to prevent the transmission of the virus, it is necessary to do a lockdown and work from. One application that is liked and popular today is TikTok which almost all people like it. The initial 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 survey method to respondents and with a sample of 69 people from a population of 83 students Communication and Language Studies Class of 2019 Bina Sarana Informatics University Kalimantan Branch. The results of this study indicate that there is an influence of adolescent lifestyle with TikTok social media.*

**Keywords:** Lifestyle, Social Media, Students

### **PENDAHULUAN**

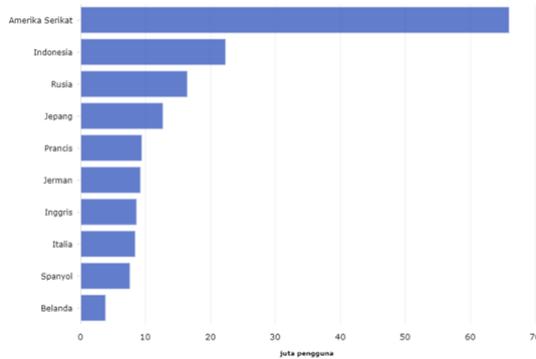
Media baru merupakan perkembangan teknologi komunikasi massa digital dimana khalayak dapat melakukan interaksi langsung dengan bantuan internet tanpa bertatap muka. media baru adalah berbagai perangkat teknologi sebagai alat komunikasi dengan adanya digitalisasi dan cakupan yang luas. (McQuail, 2011)

Sehingga dengan majunya perkembangan internet saat ini semakin berkembang terutama dikalangan remaja. Berkembangnya internet dengan luar biasa pesatnya sehingga dapat memicu munculnya berbagai macam sosial media saat ini, salah satu diantaranya adalah 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 penggunaanya 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.

Saat kondisi pandemi covid-19 bukan hanya di Indonesia. Media sosial seperti TikTok tentunya memiliki peran 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. Terbanyak di Dunia pada 2020 Pengguna Aktif TikTok**

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 TikTiknya 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 mudah digunakan dan diakses selain untuk mendapatkan hiburan serta juga mendapatkan 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.

Akan tetapi, selain dari kemudahan mengakses media sosial TikTok tentunya tidak selalu menjadikan hal yang baik bagi penggunanya. 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.

Selain banyaknya manfaat dan pelajaran yang bisa diambil dari aplikasi Tiktok dimana penggunaan suatu aplikasi secara berlebihan yang akan membawa pengaruh buruk bagi individu berfokus terutama remaja yang masih sangat labil dengan keinginan diri mereka sendiri yang haus akan kepuasan. Sehingga aplikasi TikTok sebagai media yang dianggap memiliki pengaruh positif yang dapat mengurangi stres di era pandemi covid 19 banyak orang memiliki keinginan untuk membuat video untuk di posting dan diperlihatkan kepada masyarakat di media sosial sehingga menjadi viral.

Munculnya konten-konten TikTok dengan 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 untuk memasarkan berbagai produk melalui konten video yang bisa dimanfaatkan pengguna. (Syahrial, 2022) Hal tersebut juga memicu terjadinya perubahan gaya hidup yang konsumtif kepada remaja.

Pada penelitian ini, peneliti membatasi remaja di Universitas Bina Sarana Informatika 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) Peneliti dapat merumuskan masalah pada penelitian ini adalah adakah Gaya Hidup Remaja melalui Media Sosial Tiktok. Dengan tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk menguji seberapa pengaruhnya Gaya Hidup Remaja melalui Media Sosial Tiktok.

### 1. Media Sosial

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. Menurut (Nasrullah, 2015) istilah media sosial merupakan alat bantu yang sering digunakan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi dalam bentuk media baru yang melibatkan partisipasi interaktif. Selain itu menurut (Manning, 2014) dengan banyaknya bermunculan teknologi digital dan seluler yang dapat mempermudah masyarakat berinteraksi dalam skala besar menjadi lebih mudah di era modern saat ini, dengan kemunculnya era media baru dimana interaktivitas banyaknya manfaat fungsi media baru. Saat ini seorang bisa berbicara dengan banyak orang hanya dengan menggunakan sosial media. Dimana masyarakat yang dulunya berbicara yang terbatas dan agak teredam, sekarang semua orang bisa berbagi pendapat dengan mengandalkan media sosial (Manning, 2014)

### 2. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan minat, opini serta aktivitasnya dalam suatu pola hidup individu yang di ekspresikan (Dewi & Samuel, 2015). Selain itu menurut (Mowen & Minor, 2002) mendefinisikan gaya hidup sebagai suatu hal cara seseorang mengalokasikan waktu dan juga membelanjakan

uangnya. Sedangkan gaya hidup merupakan sikap seseorang atas hasil interaksi dan juga reaksinya dengan dunia. (Kotler & Keller, 2012) Tentunya gaya hidup satu individu dengan individu lainnya pasti berbeda, karena gaya hidup merupakan suatu hal yang dinamis, sehingga yang dapat mempengaruhi gaya hidup individu dilihat dari faktor internal serta faktor eksternal. Gaya hidup yang dipengaruhi oleh sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan juga persepsi merupakan faktor internal. Sedangkan faktor eksternal merupakan gaya hidup dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga, dan kelas sosial disebut faktor internal. (Nugraheni, 2003).

### 3. Teori Uses And Gratification

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

## METODOLOGI

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 tentang fenomena dengan cara mengumpulkan data numerik serta pelaksanaan teknik statistik dan komputasi yang terorganisir. Paradigma yang dipakai peneliti adalah paradigma positivisme dengan 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).

Peneliti menggunakan metode survei 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. Terdiri dari 83 orang dengan sampel 69 orang yang dihitung menggunakan rumus slovin mahasiswa Ilmu Komunikasi dan bahasa Angkatan 2019 Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan.

### Rumus Slovin:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) (10%)

$$n = \frac{83}{1 + 83 \times (0,10)^2} = 68,73 \approx 69 \text{ orang}$$

Setiap segmen dari populasi yang diketahui akan diwakili dalam sampel sehingga peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan jenis *simple random sampling*. Sampel probabilitas meminjamkan 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 DAN PEMBAHASAN**

Beberapa penelitian juga sudah pernah dilakukan sebelumnya dan juga memiliki hubungan karena menggunakan variabel Gaya Hidup dan Media Sosial. Seperti yang dilakukan oleh Dewi Oktaviani (Oktaviani, 2019). Pada jurnal ini membahas mengenai perkembangan teknologi internet di zaman sekarang sudah sangat banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sedangkan pada penelitian ini peneliti melihat saat ini media baru dapat digunakan sebagai alat komunikasi dengan berbagai teknologi komunikasi digitalisasi secara luas.

Munculnya media baru dari berbagai inovasi media yang dirasa kurang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. 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.

Selain itu penelitian serupa 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 penggunanya baik kearah yang positif maupun negative.

Penelitian lain 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 dapat menunjukkan eksistensi dari yang 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.

Diolah dari dua teknik pengolahan pada penelitian data yang digunakan kali ini yaitu univariat dan bivariat. Univariat merupakan metode analisis yang dapat memeriksa suatu hubungan dua variable (Sekaran & Bougie, 2016). 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 (Gaya Hidup) dengan nilai 3,51 yang terdapat pada nilai mean paling tinggi ada pada item X1. Sedangkan nilai mean terendah terdapat di X4 sebesar 3,07. Dapat disimpulkan dari tabel *analisis univariat descriptive statistics*, dapat dilihat dari uji *analisis*

univariat descriptive statistics menyatakan bahwa nilai dari rata-rata kedua item variabel gaya hidup dan media sosial adalah 3,29, sehingga dapat diartikan bahwa hasil dari data analisis univariat descriptive statistics menunjukkan pada pernyataan yang diberikan banyak responden yang memilih angka 3 (setuju).

Sedangkan pada variable Y (Media Sosial), nilai mean dari tabel data analisis univariat descriptive statistics paling tinggi terdapat pada item Y6 dengan nilai 3,51 dengan nilai mean paling rendah sebesar 3,16 terdapat di Y3. Sehingga dilihat dari hasil tabel data analisis univariat descriptive statistics hasil rata-rata adalah 3,33 dari kedua item variable tersebut, Jadi dapat diartikan bahwa hasil tabel data analisis univariat descriptive statistics menunjukkan banyak responden dari setiap pernyataan yang disediakan oleh peneliti memilih angka 3 (setuju).

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. Selain itu teknik analisis univariat, juga terdapat analisis bivariat yaitu merupakan teknik analisis dua variable secara bersama-sama dalam dengan tujuan menguji adanya hubungan empiris antara kedua variable tersebut (Babbie, 2016). Selain itu menurut (Neuman, 2014) statistik bivariat dapat digunakan secara bersama-sama dan untuk mempertimbangkan dua variable dengan menggambarkan hubungan antar variable. Sehingga statistik bivariat jauh lebih bernilai dapat dengan dua variabel bersama-sama dan menggambarkan hubungan di antara dua variabel.

Tabel 2  
Tabel Hasil Analisis Bivariat  
Coefficients<sup>a</sup>

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)

Melihat tabel analisis bivariat hasilnya terdapat nilai koefisien sebesar  $Y = 7,689 + 0,595X$ , dengan nilai sebesar 7,689 merupakan nilai konstanta (a) dan nilai sebesar 0,595 merupakan nilai koefisien regresi (b) sedangkan diperoleh t tabel sebesar 1,996 dari sampel yang telah ditentukan.

Dikarenakan tabel hasil analisis bivariat t tabel adalah  $7,689 > 1,996$  nilai t hitung pada tabel hasil analisis bivariat lebih besar nilai signifikansi yaitu 0,000 kecil dari 0,05. Maka,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sehingga dikatakan terdapat pengaruh gaya hidup remaja dan media sosial TikTok. Pengaruh variabel X ke variabel Y sebesar 0,713.

KESIMPULAN

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa “Gaya Hidup Melalui Sosial Media Tiktok”, yaitu:

1. Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan bahasa angkatan 2019 di Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan sebagian besar setuju bahwa adanya kreatifitas yang berpengaruh pada gaya hidup remaja dikarenakan mudahnya akses informasi atau hiburan yang di dapatkan melalui aplikasi TikTok.
2. Nilai signifikansi sebesar  $0,000 <$  yang di dapat berdasarkan uji dari analisis bivariat diketahui. Fenomena ini berarti gaya hidup remaja memiliki pengaruh yang signifikan juga terhadap sosial media TikTok pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan bahasa angkatan 2019 di Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan.

REFERENSI

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; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Neuman, W. L. (2014). *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches* (3<sup>rd</sup> 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.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika
- 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.
- 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*.

<https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>