

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital yang serba cepat, teknologi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, terutama generasi muda. Salah satu perkembangan signifikan dalam teknologi informasi adalah media sosial, yang kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk berkreasi, mengekspresikan diri, dan bahkan membentuk gaya hidup. TikTok, sebagai salah satu media sosial yang paling populer di kalangan anak muda saat ini, telah memunculkan berbagai *trend* dan perubahan gaya hidup baru, termasuk di lingkungan mahasiswa. TikTok dikenal sebagai platform berbasis video pendek, yang memungkinkan pengguna menciptakan, mengedit, dan membagikan konten dengan mudah. Kehadirannya membawa pengaruh besar dalam kehidupan sehari-hari, terutama pada kelompok usia muda seperti mahasiswa yang lebih mudah terpengaruh oleh tren dan budaya populer di media sosial.

Penggunaan TikTok juga memudahkan mahasiswa dalam mengakses informasi terkait bidang ekonomi, hiburan, serta berbagai konten inspiratif lainnya. Selain itu, TikTok sering kali menjadi tempat bagi mahasiswa untuk menemukan tren gaya hidup terbaru, termasuk mode, pola makan, gaya komunikasi, dan cara berinteraksi sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok telah memberikan pengaruh besar pada cara pandang dan pilihan gaya hidup.

Dalam konteks kehidupan kampus, Banyak mahasiswa yang menggunakan TikTok sebagai sumber motivasi dalam belajar, mengikuti seminar online, dan berbagi pengalaman akademik mereka. TikTok juga memungkinkan mahasiswa untuk mengeksplorasi dunia kerja melalui video-video yang memberikan tips dan panduan terkait karier di bidang ekonomi. Namun, di sisi lain, penggunaan TikTok secara berlebihan juga dapat berdampak kurang baik, seperti menurunnya produktivitas akademik akibat terlalu sering menghabiskan waktu di platform tersebut. Konten hiburan yang mendominasi di TikTok juga berpotensi membuat mahasiswa kurang fokus pada kegiatan akademis mereka.

Fenomena penggunaan TikTok ini menarik perhatian para peneliti, terutama dalam melihat bagaimana media sosial ini mempengaruhi pola perilaku dan gaya hidup. Menurut Trimartati dalam Khoirina Indah Sari dkk (2023), Gaya hidup hedonisme cenderung menghasilkan perilaku melalui interaksi sosial pribadi sama lain orang lain untuk bersenang-senang. Dalam kasus TikTok, efek ini semakin kuat karena karakteristik platform yang sangat visual dan cepat menyebarkan tren baru.

Saat penulis melakukan observasi di Universitas Pasir Pengaraian yang merupakan universitas yang ada di Kabupaten Rokan Hulu, memiliki 7 fakultas yang terdiri dari 19 program studi. Penulis melihat hampir semua mahasiswa yang aktif sebagai pengguna TikTok, mahasiswa di kampus tersebut cenderung mengikuti *trend* yang tengah populer untuk menambah daya tarik dan mengekspresikan keunikan diri. Fenomena ini

tampak dalam perubahan gaya berpakaian, pilihan aktivitas sehari-hari, hingga cara berkomunikasi dengan sesama mahasiswa. Penulis juga melihat Beberapa mahasiswa juga terinspirasi untuk memanfaatkan TikTok sebagai sarana membangun personal branding, di mana mereka berupaya menciptakan citra tertentu yang ingin mereka tampilkan kepada publik. Dalam hal ini, TikTok tidak hanya sekadar menjadi platform hiburan, tetapi juga menjadi sarana bagi mahasiswa untuk memperkuat identitas mereka di dunia maya.

Namun, dampak negatif dari TikTok juga tidak bisa diabaikan. Penggunaan TikTok yang tidak terkendali dapat mengakibatkan mahasiswa menghabiskan waktu lebih banyak di platform tersebut, sehingga waktu yang seharusnya digunakan untuk belajar atau beraktivitas produktif lainnya menjadi terganggu. Selain itu, pola konsumsi konten di TikTok juga berpotensi membuat mahasiswa lebih konsumtif, mengingat banyak *trend* di *platform* ini yang mendorong gaya hidup hedonis dan cenderung memfokuskan pada penampilan.

Melihat fenomena tersebut, penulis ingin memahami bagaimana TikTok mempengaruhi gaya hidup mahasiswa, khususnya di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Dan hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, sehingga mengangkat judul yaitu: **“Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Pasir Pengaraian?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah, untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Pasir Pengaraian.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi dan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Manfaat teoritis adalah sebagai berikut:
 - a. Menambah pengetahuan ilmiah mengenai pengaruh media sosial, khususnya TikTok, terhadap gaya hidup mahasiswa.
 - b. Memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang terkait dengan pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa.
2. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Bagi Peneliti, sebagai tahap awal penulis melatih kemampuan intelektualitas dalam meneliti fenomena atau realita sosial yang ada terkait penggunaan media sosial.
 - b. Bagi Universitas, diharapkan hasil temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikirin, saran dan kebijakan kampus, khususnya terkait memanfaatkan media sosial secara bijak dan seimbang dikalangan Mahasiswa.
 - c.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten, berkomunikasi, dan berinteraksi secara online. Menurut Lukose et al. (2023), media sosial menjadi ruang interaksi sosial virtual yang menghubungkan individu secara global dan mempermudah penyebaran informasi dalam berbagai bentuk seperti teks, gambar, dan video. Media sosial mulai berkembang dengan diperkenalkannya layanan jejaring sosial awal seperti Six Degrees pada tahun 1997, yang memungkinkan pengguna membuat profil dan terhubung dengan orang lain. Media sosial adalah produk evolusi teknologi komunikasi yang memiliki pengaruh luas pada berbagai aspek kehidupan.

Sejarah yang berkembang pesat menunjukkan pergeseran dari alat komunikasi sederhana menjadi ekosistem digital yang kompleks. Seiring waktu, munculnya *MySpace*, *Facebook*, dan *Twitter* merevolusi cara orang berinteraksi secara daring. Dalam dekade terakhir, platform seperti *Instagram* dan *TikTok* menjadi populer karena menggabungkan elemen visual dan fitur kreatif yang menarik pengguna generasi muda. Menurut McLuhan (2024), media sosial saat ini tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membentuk opini publik, tren gaya hidup, dan bahkan keputusan politik. Haryana et al. (2023) menekankan bahwa media sosial telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi,

menciptakan fenomena kecanduan digital, dan meningkatkan budaya konsumtif di kalangan generasi muda. Martínez-Estrella et al. (2023) mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial memengaruhi pola konsumsi dan kebiasaan digital, khususnya dalam membangun identitas pribadi dan jaringan profesional.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten, berkomunikasi, dan menjalin interaksi secara online. Dalam perkembangannya, media sosial telah berevolusi dari alat komunikasi sederhana menjadi ekosistem digital yang kompleks, dengan pengaruh besar terhadap berbagai aspek kehidupan. Dimulai dari jejaring sosial awal seperti Six Degrees, hingga platform modern seperti Instagram dan TikTok, media sosial telah mengubah cara orang berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun identitas pribadi. Media ini juga memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, tren gaya hidup, dan pola konsumsi masyarakat. Meski memberikan manfaat besar, penggunaan media sosial juga menimbulkan tantangan, seperti kecanduan digital dan peningkatan budaya konsumtif, terutama di kalangan Mahasiswa.

a. Aplikasi TikTok

TikTok salah satu media sosial berbasis video pendek, menjadi populer karena kemampuannya dalam memberikan hiburan, informasi, dan membentuk *trend*. Menurut Buana (2020: 2) Media sosial TikTok adalah media yang berupa audio visual, media ini sebuah media sosial yang dapat

dilihat juga dapat didengar. Nugroho Dkk (2020: 148) menyampaikan aplikasi Tik Tok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik asal negeri Tiongkok yang diluncurkan pada awal September 2016. Aplikasi tersebut memberi akses kepada para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Prakoso (2021) Menyebutkan bahwa Aplikasi Tik Tok adalah sebuah media audio visual yang dapat menyebar luaskan berbagai kreatifitas dan keunikan dari penggunaanya. Media sosial tik tok ini merupakan media social yang memberikan efek special yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna nya. Dilansir dari tekno.sindonews.com Per Juli 2024, jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta, menjadikannya negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia. Faktor utama yang mendorong pertumbuhan ini meliputi populasi besar, akses internet yang terjangkau, dan budaya kreatif masyarakat Indonesia. Angka ini jauh melampaui negara lain seperti Amerika Serikat yang memiliki sekitar 120,5 juta pengguna.

Dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang menggabungkan elemen audio visual dengan fitur kreatif seperti efek khusus dan akses musik. Aplikasi ini mendukung kreativitas pengguna untuk membuat dan menyebarkan konten unik, sekaligus membangun tren di dunia maya. Di Indonesia, TikTok sangat populer, dengan 157,6 juta pengguna aktif pada Juli 2024, menjadikannya negara dengan pengguna terbesar. Faktor pendorongnya meliputi populasi besar, internet yang terjangkau, serta budaya masyarakat yang ekspresif dan

kreatif. TikTok kini menjadi bagian penting dari kehidupan digital masyarakat.

b. TikTok Shop dan Pola Konsumsi

TikTok Shop adalah fitur e-commerce yang memungkinkan pengguna untuk membeli produk langsung dari konten video atau live streaming di TikTok. Menurut Sugiharto et al. (2023), TikTok Shop menggabungkan aspek hiburan dan belanja dalam satu platform, menjadikan pengalaman berbelanja lebih interaktif dan menarik bagi generasi muda, terutama mahasiswa. TikTok Shop pertama kali diluncurkan pada 2021 oleh *ByteDance* sebagai respons terhadap meningkatnya minat belanja online di kalangan pengguna media sosial. Menurut laporan dari UIN Sunan Ampel (2024), fitur ini awalnya menasar pasar Asia Tenggara, termasuk Indonesia, dan berkembang pesat dengan mengintegrasikan tren konten dengan transaksi e-commerce.

Menurut Tajuddien dan Praditya (2022), ini memberikan kenyamanan bagi mahasiswa yang ingin berbelanja dengan cepat dan efisien. TikTok Shop mempermudah pengguna untuk membeli produk tanpa meninggalkan aplikasi dan menjadi platform yang efektif bagi pelaku UMKM dan mahasiswa yang ingin memulai bisnis. Fitur ini memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih luas melalui promosi berbasis konten terlihat dari Banyak kreator konten memanfaatkan TikTok Shop untuk memasarkan produk kepada pengikut mereka.

Sugiharto et al. (2023) mencatat bahwa promosi kreatif di TikTok Shop mendorong mahasiswa membeli produk berdasarkan tren, bukan kebutuhan. TikTok Shop sering memicu pembelian impulsive dan penggunaannya memengaruhi mahasiswa untuk mengadopsi gaya hidup hedonis dengan membeli barang-barang yang mencerminkan status sosial dan tren terbaru. platform ini telah membawa dampak besar dalam pola konsumsi mahasiswa, mendorong perilaku konsumtif, tetapi juga memberikan peluang kewirausahaan. Mahasiswa perlu memanfaatkan fitur ini secara bijak untuk menghindari dampak negatif, seperti pemborosan dan gaya hidup yang tidak sehat

c. Pengaruh Media Sosial TikTok

Purwaningtyas et al.(2024: 67) menjelaskan bahwa TikTok memberikan ruang bagi generasi muda untuk mengekspresikan kreativitas mereka, misalnya melalui tarian, tantangan olahraga, dan video DIY. Hal ini mendorong audiens untuk mencoba gaya hidup aktif dan lebih kreatif dalam aktivitas sehari-hari. Menurut Chandra (2023: 48), TikTok memegang peran penting dalam menyebarkan tren, mulai dari gaya pakaian, tata rias, hingga gaya makan. Dengan algoritma personalisasi, pengguna terus-menerus terpapar dengan konten yang relevan, memengaruhi preferensi gaya hidup mereka. TikTok juga memainkan peran dalam menyebarkan berita terkini. Amalia dan Taufik (2024: 110) menjelaskan bahwa media seperti Inspira TV memanfaatkan TikTok untuk mendistribusikan informasi dengan format

yang sederhana dan menarik, meskipun masih terdapat tantangan dalam efektivitas penyampaian berita.

Saat ini TikTok telah mempengaruhi gaya hidup mahasiswa dengan mendorong mereka untuk lebih fokus pada interaksi digital daripada komunikasi langsung. Dampaknya, mahasiswa menjadi kurang peduli terhadap lingkungan sekitar, meskipun TikTok juga memberikan peluang untuk eksplorasi kreativitas. Menurut penelitian di Universitas Riau, mahasiswa cenderung terpapar konten seperti #OOTD yang meningkatkan perilaku konsumtif. Media sosial TikTok telah menjadi salah satu platform populer di kalangan mahasiswa. Platform ini memungkinkan penggunanya untuk membuat, membagikan, dan mengakses berbagai jenis konten kreatif.

d. Indikator Media Sosial Tiktok

Menurut Menurut (Saleh & Pitriani, 2018) Media sosial memiliki beberapa indikator.

1. Partisipasi atau keterlibatan yang tidak disengaja yang turut diikuti dengan kesadaran dan tanggung jawab terhadap kepentingan kolektif dan mencapai suatu sasaran atau target bersama.
2. keterbukaan atau keadaan yang memungkinkan informasi dapat dibagikan dan diterima oleh masyarakat secara keseluruhan.
3. percakapan yaitu terdiri dari pertukaran percakapan yang dimulai dan diuraikan berdasarkan prinsip dan standar

kolaborasi percakapan yang terlihat alami dan pada umumnya diperlukan.

4. Komunitas atau masyarakat tertentu yang didalamnya terdapat tujuan, keyakinan, aset, kecenderungan, kebutuhan, peluang dan berbagai keadaan lain yang sebanding.
5. saling terhubung atau aktivitas yang menunjukkan seberapa sering orang berinteraksi satu sama lain.

e. Algoritma Tiktok

Algoritma TikTok adalah sebuah sistem pembelajaran mesin (machine learning) yang bekerja menampilkan konten video paling relevan dan menarik secara personal untuk setiap pengguna, terutama di halaman "For You Page" (FYP). Algoritma ini mengumpulkan dan menganalisis data interaksi pengguna seperti durasi menonton, like, komentar, share, hingga save, yang menjadi indikator utama minat pengguna terhadap jenis konten tertentu.

Alur kerja algoritma TikTok secara utuh meliputi beberapa tahap penting:

1. Pengumpulan Data Interaksi Pengguna: Algoritma mencatat berbagai interaksi pengguna dengan video, termasuk video yang ditonton hingga selesai, like, komentar, share, dan save. Data ini membentuk preferensi yang menjadi dasar rekomendasi konten. Semakin lama pengguna menonton suatu video, semakin kuat sinyal ketertarikan terhadap video tersebut.

2. Penayangan Awal ke Audiens Terbatas: Video baru pertama kali ditayangkan ke sejumlah kecil pengguna yang memiliki minat relevan berdasarkan riwayat interaksi mereka. Jika video mendapat engagement tinggi (like, komentar, durasi tonton panjang), jangkauan distribusinya diperluas ke audiens yang lebih besar dengan minat serupa.
3. Analisis Konten dan Metadata Video: Algoritma menggunakan teknologi pengenalan gambar, pemrosesan bahasa alami (NLP), serta analisis metadata seperti caption, hashtag, musik, dan tren terkini untuk memahami isi video secara kontekstual dan mengelompokkannya ke kategori yang sesuai agar bisa direkomendasikan ke audiens yang relevan.
4. Personalisasi Berdasarkan Preferensi dan Lokalisasi: Setiap pengguna mendapatkan rekomendasi yang dioptimalkan secara unik dengan mempertimbangkan bahasa, lokasi, waktu penggunaan, dan preferensi lain agar pengalaman menonton terasa relevan dan nyaman sesuai kultur lokal.
5. Fokus pada Golden Hour dan Hook Konten: TikTok memprioritaskan video yang mampu mempertahankan perhatian penonton sejak 30 detik pertama (golden hour), karena retensi awal yang tinggi memberi sinyal kuat ke algoritma bahwa konten bernilai tinggi dan menarik.
6. Iterasi dan Pembaruan Berkelanjutan: Algoritma terus belajar dan beradaptasi berdasarkan tren baru serta perubahan perilaku pengguna, menggunakan uji A/B dan pembelajaran mesin untuk mengupdate rekomendasi secara realtime sehingga konten selalu segar dan sesuai minat.

Secara keseluruhan, algoritma TikTok bekerja layaknya proses dinamis yang dimulai dari pengamatan interaksi awal pada video baru, analisis dan pengelompokan konten, personalisasi rekomendasi, hingga distribusi luas bila video mendapat respons positif. Sistem ini menjadikan pengalaman setiap pengguna sangat personal dan menciptakan peluang viralitas yang cepat untuk konten yang tepat sasaran

2. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup individu yang mencakup minat, aktivitas, dan opini yang mencerminkan cara seseorang mengelola waktu serta sumber daya mereka. Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh kepribadian, nilai-nilai, pengalaman, dan kelompok sosial yang mereka ikuti. Gaya hidup bersifat dinamis, terus berubah seiring perkembangan teknologi dan budaya. 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). Konsep gaya hidup pertama kali muncul pada abad ke-20, digunakan untuk menggambarkan bagaimana individu atau kelompok mencerminkan identitas mereka melalui cara hidup, pekerjaan, dan pilihan konsumsi.

b. Faktor Pengaruh Gaya Hidup Mahasiswa

Gaya hidup masyarakat sekarang ini sudah mengalami perubahan dan perkembangan seiring berkembangnya zaman. Dahulu orang tidak terlalu mementingkan penampilan dan gaya hidup, tetapi sekarang berbeda keadaannya. Gaya hidup telah merasuk ke dalam semua golongan tak terkecuali mahasiswa. Menurut Fadhilah (2023) Seorang mahasiswa dalam menghadapi perkembangan zaman dan kemajuan teknologi secara tidak sadar telah merubah pola gaya hidup. Bagaimanapun gaya hidup sudah menjadi ikon dari modernitas dan merupakan pilihan bagi kita untuk menseleksi dan memilih apa saja yang menjadi kebutuhan paling utama bagi mahasiswa agar tidak terjerumus dalam arus zaman. Pengetahuan informasi yang lebih modern, serta membuat gaya hidup mahasiswa berubah mulai dari pakaian, bergaul dan kegiatan lainnya yang sering mempengaruhi kegiatannya. Rahmawany dan Febriaty (2018) menyatakan kehidupan mahasiswa zaman sekarang banyak yang bertentangan dari dalam dirinya, mulai dari gaya hidup yang tidak sesuai dengan etika dan tingkat pendidikannya, dan banyak pula yang bertentang dengan ekonomi keluarganya. Namun, kebanyakan dari mahasiswa tetap memaksakan dirinya untuk sebanding dengan orang-orang di sekitarnya yang mungkin mapan dalam ekonominya.

Menurut Amstrong (2014) gaya hidup dapat dilihat melalui perilaku yang dilakukan oleh setiap individu dalam melakukan berbagai kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang dan jasa. Lebih lanjut

Amstrong (2014) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

Adapun Faktor internal yang dijelaskan oleh Amstrong (2014) sebagai berikut:

1. Sikap

Sikap dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan pikiran dan keadaan jiwa yang telah dipersiapkan agar dapat memberi tanggapan terhadap objek yang diorganisasikan melalui pengalaman dan mempengaruhi pada perilaku individu. Keadaan jiwa tersebut dipengaruhi oleh kebiasaan, tradisi, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

2. Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dipengaruhi oleh pengamatan sosial dalam tingkah laku individu, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakan di masa lalu dan mempelajarinya, dengan belajar dari seseorang maka akan memperoleh suatu pengalaman. Hasil dari pengalaman tersebut dapat membentuk suatu pandangan terhadap suatu objek.

3. Kepribadian

Kepribadian merupakan karakteristik individu dan cara berperilaku yang dapat menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4. Konsep diri

Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang dapat menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan yang ada dalam kehidupannya.

5. Motif

Perilaku individu akan muncul karena adanya motif dari sebuah kebutuhan agar merasa aman. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan itu besar maka dapat membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah pada gaya hidup hedonis.

6. Persepsi

Persepsi adalah proses seseorang dalam memilih, mengatur, dan menginterpretasikan sebuah informasi untuk membentuk gambaran mengenai dunia.

c. Indikator gaya hidup

Menurut Sunarto dalam Silvy (2009;93) indikator gaya hidup diantaranya :

1. Aktivitas (kegiatan) merupakan apa saja yang dikerjakan oleh individu, produk apa saja yang digunakan, dan kegiatan apa saja yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.
2. Interest (minat) berisi minat, kesukaan, prioritas dan kegemaran dalam hidup setiap individu.
3. Opinion (opini) merupakan pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal ekonomi, dan sosial. Opini

digunakan sebagai mendeskripsikan penafsiran, evaluasi dan harapan, seperti kepercayaan tentang maksud orang lain, mengantisipasi peristiwa yang akan datang dan penimbangan konsekuensi yang memberikan hukuman dari tindakan alternatif.

d. Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa

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. Media sosial berdampak positif dan negative terhadap kehidupan manusia, selain itu, media sosial juga telah mengubah cara hidup manusia. menurut definisi dari Dependence Theory yaitu bahwa ketergantungan memiliki kaitan dengan usaha pemenuhan kebutuhan atau pencapaian dari suatu tujuan yang bergantung pada sumber daya lain, dalam hal ini media sosial (Schrock, 2006). Media sosial dipercaya sebagai satu-satunya cara dalam memperoleh ke inginan, seolah-olah individu tidak berdaya saat hidupnya tidak dilengkapi media sosial.

Kandell (1998) menyatakan bahwa salah satu pengguna media sosial yaitu mahasiswa. Mahasiswa menjadi lebih rentan terhadap ketergantungan pada media sosial. Berdasarkan survei yang disampaikan oleh APJII, pengguna media sosial yang memiliki intensitas tinggi adalah individu

dengan tingkat pendidikan tinggi, artinya semakin tinggi tingkat pendidikan individu maka semakin tinggi juga intensitas kegiatan mereka dalam mengakses dan menggunakan media sosial (APJII, 2015). Kesibukan dan aktivitas mahasiswa biasanya membuat mereka menjadi ketergantungan pada internet dan media sosial. Alasan mahasiswa memiliki kerentanan yang tinggi terhadap ketergantungan media sosial dibandingkan dengan kelompok masyarakat yang lain adalah karena mahasiswa berada pada fase emerging adulthood. Pada fase ini mahasiswa berada pada masa transisi dari remaja akhir menuju kepada dewasa awal dan sedang mengalami dinamika psikologis (Kandell, 1998). Mahasiswa juga sedang mengalami pencarian identitas prestasinya yang ditandai dengan proses pembentukan identitas diri dan berusaha untuk hidup secara mandiri dengan melepaskan diri dari pengaruh dan dominasi peran orang tua. Pada usia ini, mahasiswa memiliki kecenderungan untuk mencari makna hidup serta menjalin hubungan interpersonal yang lebih dekat dan terikat secara afektif.

Media sosial adalah produk evolusi teknologi komunikasi yang memiliki pengaruh luas pada berbagai aspek kehidupan. dengan media sosial seperti TikTok menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhinya. TikTok tidak hanya membentuk tren gaya hidup tetapi juga menjadi alat untuk komunitas global terhubung dan berbagi. Namun, penggunaannya perlu diimbangi dengan kesadaran akan dampak negatifnya, terutama terkait kesehatan mental dan budaya konsumtif.

B. Definisi Oprasional

Menurut Sugiono (2015:38) Definisi oprasional adalah suatu atribut, sifat, nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, adapun definisi operasional dalam penelitian ini penulis merumuskan.

Konsep yang dijadikan landasan penelitian yaitu :

3. Media Sosial Tiktok

TikTok adalah platform media sosial yang didirikan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, pada September 2016. Dan media sosial TikTok merupakan platform media sosial berbasis video yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan menonton video pendek berdurasi 15 hingga 10 menit. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur kreatif, termasuk efek suara, filter visual, musik latar, serta alat pengeditan video yang mempermudah pengguna untuk menghasilkan konten menarik. TikTok dirancang untuk menjangkau audiens global dengan algoritma personalisasi yang merekomendasikan konten berdasarkan preferensi pengguna. Perihal ini yang membuat peneliti ingin mengetahui pengaruh media sosial tiktok terhadap gaya hidup mahasiswa.

2. Gaya Hidup Mahasiswa

Gaya hidup mahasiswa saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan tren sosial, yang membawa perubahan pada pola aktivitas, cara berpakaian, dan pola konsumsi mereka. Mahasiswa sering kali berupaya menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial, meskipun kadang tidak sejalan

dengan kemampuan ekonomi atau nilai-nilai etika. Kehadiran media sosial semakin mempercepat perubahan gaya hidup mahasiswa, di mana berbagai platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memberikan referensi baru dalam hal fashion, kebiasaan konsumsi, hingga cara berinteraksi dengan orang lain.

Selain itu, gaya hidup mahasiswa juga dipengaruhi oleh faktor ekonomi, pendidikan, dan lingkungan pergaulan. Mahasiswa dari latar belakang ekonomi yang berbeda akan memiliki pola konsumsi yang beragam, mulai dari kebutuhan dasar seperti makanan dan transportasi hingga kebutuhan tersier seperti fashion, gadget, dan hiburan. Dalam aspek pendidikan, tuntutan akademik dan kegiatan organisasi juga turut mempengaruhi pola hidup mereka, baik dalam pengelolaan waktu, kebiasaan belajar, maupun keterlibatan dalam komunitas tertentu.

Tren sosial yang berkembang juga menjadi faktor dominan dalam membentuk gaya hidup mahasiswa. Adanya tantangan sosial seperti "FOMO" (Fear of Missing Out) membuat sebagian mahasiswa terdorong untuk mengikuti tren yang sedang populer agar tetap eksis di lingkungan pergaulan mereka. Hal ini berdampak pada perubahan pola konsumsi, di mana mahasiswa lebih sering membeli produk atau menggunakan jasa yang sedang viral di media sosial, meskipun terkadang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka.

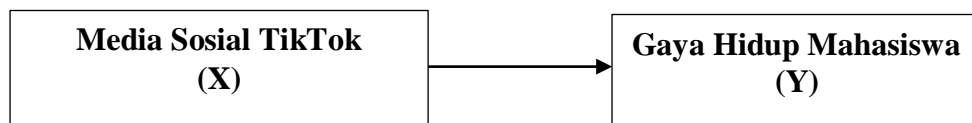
Perihal ini yang membuat peneliti ingin mengetahui apa pengaruh media sosial TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasis Pengaraian. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana

konten-konten yang disajikan di TikTok mampu mengubah pola aktivitas, cara berpakaian, serta kebiasaan konsumsi mahasiswa, serta bagaimana mahasiswa menyesuaikan gaya hidup mereka dengan tren yang ada di media sosial..

C. Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2012: 91) “kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti”.

Adapun kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

X : Media Sosial TikTok

Y : Gaya Hidup Mahasiswa

—————> : Menunjukkan Pengaruh Media Sosial TikTok (X)

Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa (Y) Fakultas

Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya (Siregar, 2015: 65). Berdasarkan kajian teori dan kerangka berfikir, maka hipotesis dalam penelitian ini :

H_a : Terdapat Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas pasir Pengaraian

H_o : Tidak Terdapat Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas pasir Pengaraian

E. Penelitian yang Relevan

1. Nirma Varita,Uswatun Nisa Dan Rahmat Saleh (2023) yang berjudul Pengaruh Media Sosial Tiktok Dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja Kota Banda Aceh. Hasil Penelitian ini mengungkap bahwa Gaya hidup (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh temuan analisis variable terkait media sosial (X1) dan lingkungan sosial (X2). Dalam penelitian ini variabel bebas mempengaruhi variabel dependen sebesar 20%. Variabel media sosial (X1) mempengaruhi variabel gaya hidup (Y) sebesar 0,164 (16,4%) dan variabel lingkungan sosial (X2) memberi pengaruh terhadap variabel gaya hidup (Y) sebesar 0,94 (9,4%). Dengan demikian pengaruh yang diberikan variabel media sosial TikTok terhadap gaya hidup remaja Kota Banda Aceh lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lingkungan social.
2. Miranda, 2022 Judul: Perilaku Konsumtif Remaja akibat Promosi di TikTok Shop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 74% responden membeli produk setelah melihat promosi pada fitur TikTok Shop. Selain itu, penelitian ini mencatat bahwa perilaku konsumtif sering kali dipicu oleh tren viral yang menekankan gaya hidup mewah. Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan sampel 100 responden.

Persaman penelitian terlebih dahulu dengan saya sejalan dengan fokus pada pola konsumsi dan dampak media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa. Bedanya, penelitian ini membahas remaja secara umum, sementara penelitian yang akan dilakukan lebih spesifik pada mahasiswa FEKON.

3. Haryanti et al., 2023 Judul: Dampak Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Indonesia. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa melalui konten promosi yang menarik dan tren viral. Sebanyak 70% responden mengaku membeli produk yang sedang populer di TikTok tanpa mempertimbangkan kebutuhannya. Hasil analisis statistik menunjukkan hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan TikTok dan kecenderungan perilaku konsumtif, dengan nilai korelasi $r = 0,68$ dan $p < 0,05$.

Persaman penelitian terlebih dahulu dengan saya karena fokus pada mahasiswa sebagai subjek utama dan menjelaskan bagaimana TikTok memengaruhi pola konsumsi yang menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk memahami pola konsumsi mahasiswa FKIP Universitas Pasir Pengaraian.

4. Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. 2021 Judul : Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa,

terutama dalam hal pola konsumsi, cara berpakaian, dan eksistensi diri. Dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini menyimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkorelasi dengan perubahan perilaku mahasiswa, sebagaimana dibuktikan oleh nilai t-hitung sebesar 3,952 yang lebih besar dari t-tabel 1,996, serta signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Persaman penelitian terlebih dahulu dengan saya sama-sama memberikan gambaran tentang hubungan antara penggunaan media sosial dengan gaya hidup mahasiswa.

5. Muliana, M. A., et al. 2022 Judul : Terpaan Media Sosial dalam Membentuk Gaya Hidup Mahasiswa. Penelitian ini membahas bagaimana media sosial memengaruhi gaya hidup mahasiswa, mulai dari pola konsumsi hingga perilaku sosial. Hasil wawancara dan survei menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung terpengaruh oleh tren media sosial dalam hal berpakaian, pola konsumsi, dan aktivitas sosial. Studi ini juga menyoroti bahwa tekanan sosial melalui media dapat memengaruhi keputusan mahasiswa untuk mengikuti tren tertentu, meskipun tidak selalu sesuai dengan kondisi ekonomi mereka.

Persaman penelitian terlebih dahulu dengan saya yaitu penelitian ini relevan dalam memberikan gambaran tentang dampak media sosial pada pola perilaku mahasiswa.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh media sosial TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Jenis penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif, Menurut Sugiyono (2020:13) Penelitian Kuantitatif merupakan metode penelitian dengan desain penelitian dengan spesifikasi sistematis, terencana, dan terstruktur berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode yang digunakan adalah regresi linier sederhana Regresi linier sederhana adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan Variabel terikat (Y), (Sugiyono,2011).

Penelitian ini mengkaji pengaruh Variabel X (Media Sosial TikTok) terhadap variabel Y (Gaya Hidup Mahasiswa). Sedangkan untuk mengisi masing masing variabel menggunakan regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2017:260) Regresi Linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen. Dalam penelitian ini, persamaan regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Media sosial TikTok (X) terhadap gaya hidup mahasiswa (Y).

B. Waktu dan Tempat

Penelitian ini Dilaksanakan Difakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. Adapun Target Penelitian Yang akan dilaksanakan Pada Bulan Februari 2024 - Maret 2025 Adapun Perencanaan Pada Table Dibawah Ini

Tabel 3.1. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2024-2025									
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Penyusunan Proposal	■	■								
2	Penyusunan Instrumen		■								
3	Seminar Proposal			■							
4	Pelaksanaan penlitian				■	■	■	■	■	■	
5	Pengelolaan data									■	
6	Ujian seminar hasil										■
7	Ujian Komprehensif										■

Sumber: Data Olahan Penelitian 2024/2025

C. Populasi dan sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2024:80) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Ismiyanto (Nurdin, 2019:92) Berpendapat bahwa populasi adalah totalitas atau keseluruhan subjek penelitian baik benda, orang, ataupun suatu hal lain yang di dalamnya

bisa diambil informasi penting berupa data penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dengan jumlah 1460 mahasiswa yang terdiri dari 3 Prodi:

Tabel 3.2 Populasi Penelitian

No	Keterangan	Mahasiswa
1	Prodi Akuntansi	360
2	Prodi Manajemen	1003
3	Prodi Kewiriusahaan	97
	Total	1460

Sumber Data: BAKPK UPP 2025

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa populasi dalam penelitian ini sebesar 1460 data ini diambil dari TU Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2024:81). Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sogiyono, 2024). apabila jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10% - 15% atau 20% - 25% atau lebih (Arikunto, 2010:112).

Ada beberapa alasan pengambilan sampel adalah :

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan materi.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Lebih mudah dalam menyebarkan angket karena sudah ditentukan jumlahnya Berpijaklah pada pendapat tersebut, maka pengambilan

sampel dalam penelitian ini adalah 10% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi 100 yaitu 1460 Mahasiswa, maka sampel yang di ambil sebanyak 10% dari populasi mahasiswa.

Tabel 3.3 Sampel Penelitian

NO	KETERANGAN	MAHASISWA	10%
1	Prodi Akuntansi	360	36
2	Prodi Manajemen	1003	100
3	Prodi Kewiriusahaan	97	9
	TOTAL	1460	145

Sumber Data : Pengolahan Data Primer

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data yaitu :

a. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:137), sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Sumber data

primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah informan yang menguasai dan dapat dijadikan sumber data yang valid. Kunci informan yang dipilih oleh peneliti adalah Mahasiswa FEKON UPP yang menggunakan aplikasi tiktok.

b. Sumber Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019:137), sumber sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder yang digunakan yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk data angket yang telah diisi oleh mahasiswa (responden).

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017,194) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview, (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

a. Angket/Koesioner

Menurut sugiyono (2019: 142) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawab. Dalam penelitian ini angket digunakan untuk memperoleh data tentang media sosial TikTok dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang ada di Fakultas ekonomi universitas pasir pengaraian. Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi

adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Metode ini digunakan untuk memperoleh data mahasiswa yang berkaitan dengan penelitian ini.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengelola, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama Siregar (2013). Adapun instrumen dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner (angket), instrumen penelitian dibuat dengan sebaik-baiknya agar data yang dihasilkan dari penelitian dapat menjadi representasi keadaan yang sebenarnya.

1. Penyusunan Instrumen

Dalam penyusunan kuesioner ini peneliti menggunakan *skala likert*. *Sakala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena tertentu. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan Sugiyono (2010:135). Jadi dengan skala likert ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh media sosial TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Instrumen penelitian ini disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Untuk memudahkan dalam

penyusunan alat pengumpul data yaitu instrumen bentuk angket, dengan langkah- langkah sebagai berikut :

- a. Menelaah ketentuan yang relevan kemudian menentukan indikator-indikator dari setiap variabel penelitian berdasarkan teori yang dijadikan acuan.
- b. Menetapkan bentuk Angket.
- c. Membuat kisi-kisi angket dalam bentuk yang menarik dan sesuai dengan indikator setiap variabel. Kisi – kisi kuesioner pengaruh media sosial TikTok terlihat pada tabel 3.3, dan kisi-kisi kuesioner gaya hidup mahasiswa terlihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.4 Kisi-Kisi Media Sosial Tik Tok

Variabel	Indikator	Nomor soal		Jumlah	Total
		Positif	Negatif		
	1. Partisipasi	1, 2, 4	3	4	
	2.keterbukaan	6, 7, 8	9, 5	5	
	3.Percakapan	10,11,13	12, 14	5	
Media Sosial Tiktok	4.Komunitas	15, 17	16	3	20 soal
	5.Saling terhubung	19, 20	18	3	

Sumber : (saleh dan pitriani 2018)

1. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2019) skala pengukur merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan adalah *skala likert*. Menurut Sugiyono (2019:146) yang dimaksud *skala likert* adalah *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.5 skala likert media social Tiktok

No	Pernyataan	Pendapat				
		SL	SR	KD	JR	TP
1.						
2.						

Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang digunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata. Terdapat 5 alternatif jawaban dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3. 6 Skala Likert Gaya hidup Mahasiswa

Alternatif Jawaban	Skor	
	Positif (+)	Negatif (-)
Selalu (SL)	5	1
Sering (SR)	4	2
Kadang (KD)	3	3
Jarang (JR)	2	4
Tidak Pernah (TP)	1	5

Sumber : Sugiyono (2019)

Tabel 3.7 Kisi-Kisi Gaya Hidup Mahasiswa

Variabel	Indikator	Nomor soal		Jumlah	Total
		Positif	Negatif		
	Aktivitas	1, 5	2, 3, 4, 6,7	7	
Gaya Hidup Mahasiswa	Minat	10, 13	8, 9, 11, 12, 14	7	20 Soal
	Opini	15, 18	16,17, 19,20	6	

Sumber : (Sunarto Dan Silvya 2009)

- d. Menyusun butir pernyataan dengan disertai alternatif jawaban yang akan dipilih oleh responden dengan pedoman kisi-kisi yang telah dibuat.
- e. Menetapkan kriteria skor untuk setiap item alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu skor tertinggi 5 dan skor terendah 1 untuk skor variabel X dan Y terlihat pada tabel 3.4

Tabel 3.8 Kategori Skor variabel X dan Y

Persentase	Interpretasi
0 % - 2%	Sangat lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Kuat
81% - 100%	Sangat kuat

Sumber : Ridwan (2011 : 51)

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Coba Instrumen

a. Tahap Uji Coba

Instrumen penelitian yang telah disusun diujicoba terlebih dahulu untuk mengetahui kesahihan dan kehandalan melalui prosedur. Instrumen penelitian diuji coba pada responden yang tidak termasuk sebagai sampel penelitian dalam populasi. Jumlah responden 10 orang ini dianggap sudah memenuhi syarat untuk uji coba (Sugiyono,2017:177).

Pelaksanaan uji coba dilakukan untuk mengetahui kelemahan dan kekurangan yang mungkin terjadi pada item-item angket, baik hal redaksi, alternatif, jawaban yang tersedia, maupun dalam pertanyaan dan jawaban tersebut. Uji coba dilakukan untuk menganalisis instrumen sehingga diketahui butir-butir pertanyaan terhadap indikator yang telah ditetapkan pada masing masing variabel. Arikunto (2010:209) menyatakan bahwa jika sudah diujicoba ternyata instrumen belum baik, maka perlu direvisi sampai benar-benar diperoleh yang baik.

c. Uji Validitas Instrumen

Validitas digunakan untuk mengukur sah/valid atau tidaknya suatu angket/kuesioner. Angket dikatakan valid jika pertanyaan pada angket/kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer melalui *Microsfot excel* dengan melihat nilai *corrected* item total *correlation*, jika nilai besar dari atau bernilai positif maka nomor item tersebut dikatakan valid dan jika nilainya kecil dari atau bernilai negatif maka nomor item tersebut tidak valid. Untuk menguji validitas alat ukur dibutuhkan langkah-langkah sebagai berikut:

Menghitung harga korelasi setiap butir alat ukur dengan rumus person/ product moment (Sundayana, 2010: 60), yaitu:

$$r_{XY} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah soal

$\sum x$ = Jumlah skor x

$\sum y$ = Jumlah skor y

$\sum xy$ = Hasil perkalian antara skor x dan y

c. Uji Reliabilitas Instrumen

Butir pernyataan instrument dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2018: 215). Untuk mengetahui reliabilitas atau kehandalan instrument digunakan rumus Alpha Cronbach

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

n : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum s_i^2$: Jumlah variansi item

s_t^2 : Varians total

Kreteria Reliabilitasnya adalah : Jika “ r hitung $>$ r tabel”,

Koefisien reliabilitas yang dihasilkan, selanjutnya diinterpretasikan dengan menggunakan kreteria dari Guilford pada tabel 3.9 berikut :

Tabel 3.9 Klasifikasi Koefisien Reabilitas

No	Koefisien Reabilitas (r)	Interprestasi
1	$0.00 \leq r_{11} < 0.20$	Sangat rendah
2	$0.20 \leq r_{11} < 0.40$	Rendah
3	$0.40 \leq r_{11} < 0.60$	Sedang/cukup
4	$0.60 \leq r_{11} < 0.80$	Tinggi
5	$0.80 \leq r_{11} \leq 1.00$	Sangat tinggi

Sumber: (sundayana,2010)

Pada uji reliabilitas soal yang dihitung adalah soal yang akan digunakan sebagai tes. Berdasarkan table klasifikasi koefisien reabilitas diatas, alat ukur yang reabilitasnya tinggi disebut alat ukur yang variabel.

2. Teknik analisis data

Teknik analisis data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisis data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Analisis data dapat dilakukan melalui beberapa tahap penelitian diantaranya yaitu:

a. Uji Normalitas

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik analisis regresi sedernaha, maka data terlebih dahulu diuji untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak. Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Siregar, 2015: 135).

$$\chi^2 = \sum \left(\frac{f_o - f_e}{f_e} \right)^2$$

Keterangan :

χ^2 = Nilai chi-kuadrat

f_o = Nilai observasi atau frekuensi yang diperoleh/diamati

f_e = Nilai expected/harapan, luasan interval kelas berdasarkan tabel normal dikalikan N (total frekuensi)

N = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

Langkah-langkahnya, yaitu:

- 1) Membuat hipotesis dalam uraian kalimat

H_0 : Data berdistribusi normal

H_a : Data tidak berdistribusi norma

b. Uji Linieritas

Linieritas adalah keadaan dimana hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen bersifat linier (garis lurus) dalam range variabel independen tertentu. Uji linieritas digunakan untuk memenuhi syarat pada analisis regresi yang mengharuskan adanya hubungan fungsional antara X dan Y, pada populasi yang linier (Budiyono,2009:261).

Prosedur penelitian sebagai berikut:

- 1) H_0 : hubungan antara X dan Y linier

: hubungan antara X dan Y tidak linier

- 2) Traf signifikansi $\alpha = 0,05$

- 3) Statistik uji yang digunakan : $F_{obs} = \frac{RKGT}{RKGM}$ dengan:

i. RKG (jumlah kuadrat galat) = $\sum Y^2 - a(\sum Y) - b(\sum XY)$

ii. JKGM (jumlah kuadrat galat murni) = $\sum Y^2 - \sum \frac{T^2}{n}$ dengan dkGM = n - k

iii. JKGTC = (jumlah kuadrat tuna cocok) = JKG - JKGM dengan
dkGC = k - 2

iv. RKGM = $\frac{JKGM}{n-k}$

v. RKGT = $\frac{JKGTC}{K-2}$

4) Daerah Kritis:

$$DK = (F_{hitung} > F_{tabel})$$

5) Keputusan uji:

$$H_0 \text{ ditolak jika } F_{hitung} < F_{tabel}$$

$$H_0 \text{ diterima jika } F_{hitung} > F_{tabel}.$$

Jadi apabila H_0 ditolak berarti hubungan antara X dan Y tidak linier, Jika H_0 diterima berarti hubungan antara X dan Y linier.

Dalam penghitungan uji linieritas dengan bantuan komputer yang menggunakan program SPSS.

c. Analisis Regresi Sederhana (*simple analysis regresi*)

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan fungsional atau kausal antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Teknik ini bertujuan untuk memahami sejauh mana variabel kriteria (Y) dapat dijelaskan atau diprediksi oleh variabel prediktor (X). Analisis ini dilakukan jika terdapat hubungan sebab-akibat yang jelas antara kedua variabel, baik secara kausal maupun fungsional.

Regresi linier sederhana membantu memprediksi pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen. Dengan mengetahui nilai variabel bebas, nilai variabel terikat dapat dihitung atau diperkirakan. Selain itu, analisis ini juga berguna untuk mengevaluasi tingkat linearitas antara kedua variabel tersebut, sehingga dapat memastikan bahwa hubungan yang teridentifikasi bersifat linier. Analisis linear sederhana terdiri dari satu variabel bebas (Prediction) dan satu variabel terikat (respon) (Sugiyono, 2017:188).

Persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} = Nilai yang diprediksi

a = kosenta atau bila harga $X = 0$, (Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan))

b = koefisien regresi (Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen)

X = nilai variabel independent

Harga a dan b dicari dengan rumus

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Teknik analisis data ini untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh media sosial TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu Pendidikan Universitas Pasir Pengaraian.

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Perhitungan Koefisien Determinasi digunakan untuk menentukan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan koefisien determinasi agar diketahui seberapa besar kontribusi atau sumbangan atau pengaruh variabel independen dan dependen. Menurut Sugiyono (2014) rumus untuk mencari koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

Untuk memberikan interpretasi terhadap rendahnya nilai KD, dapat dilakukan dengan melihat koefisien determinasi secara langsung melalui uji regresi linier sederhana menggunakan *Microsoft Excel*.

e. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan dalam menerima atau menolak hipotesis ini. Dalam pengujian ini, keputusan yang dibuat mengandung ketidak pastian, artinya keputusan bisa benar atau salah. Dalam penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan uji-t pada Analisis regresi.

Adapun rumus uji t adalah:

$$t_{hitung} = \frac{b}{sb} \text{ atau } t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

b = Koefisien Regresi

Sb = Standar Error

r = Koefisien Korelasi Sederhana

n = Jumlah Data atau Kasus

untuk pengujian hipotesis, peneliti menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan $dk = n - 2$. Untuk taraf signifikansi = maka:

jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima

Sedangkan dengan SPSS Uji t dapat kita lihat secara langsung dari Uji t dalam analisis regresi secara bersamaan.

H_o : $t_{hitung} < t_{tabel}$ yang memiliki arti bahwa tidak terdapat pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasir Pengaraian.

H_a : $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasir Pengaraian.