Jurnal J-SIKOM
Volume 04, No 01, Mei 2023
E-ISSN : 2722-5550

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK-TOK TERHADAP TREND FASHION PADA MAHASISWA PRODI ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2019 PADA MAHASISWA PRODI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

Evi Yunita,[1] Hafry Yuliani,[2]

[a] Universitas Muhamamdiyah Bengkulu
[b] eviyunita1004@gmail.com

INFO ARTIKEL

Keywords
Pengaruh
Media Sosial
Tik-Tok
Trend Fashion

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Trend Fashion Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Metode yang di gunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis data merupakan tahapan yang telah di tempuh oleh peneliti untuk menyimpulkan makna terhadap data yang telah di kumpulkan. Penelitian ini menggunakan teori Determinasi Teknologi sebagai pisau analisis dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana terknologi berupa Media Sosial Tik-Tok mempengaruhi gaya hidup manusia terutama dari *Trend Fashion.*

Hasil Penelitian ini Pengaruh penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* terhadap Trend Fashion dilakukan dengan menggunakan Uji t. Diperoleh nilai t sebesar -8.208 dengan nilai p sebesar 0,000. Karena nilai p<0,05 maka secara statistik dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang berarti antara Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* terhadap *Trend Fashion*.

Hasil uji ANOVA atau uji F, didapat nilai F hitung sebesar 67,368 dengan nilai p sebesar 0,000. Karena nilai p<0,05 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi *Trend Fashion*. Artinya semakin sering menggunakan Media Sosial *Tik-Tok* maka semakin orang terpengaruh oleh *Trend Fashion,* sebaliknya semakin jarang menggunakan Media Sosial *Tik-Tok* maka orang tidak terpengaruh oleh *Trend Fashion.*

1. Pendahuluan

Dampak terhadap manusia tidak lepas dari perkembangan teknologi dan komunikasi. Kedua bidang tersebut menjadi semakin canggih. Komunikasi mudah dijangkau dengan teknologi yang sudah ada, dan teknologi terus maju membawa banyak inovasi baru. Banyak aplikasi terkait media sosial telah muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi dan komunikasi.

Pengguna media sosial dapat berinteraksi satu sama lain dengan nyaman tanpa dibatasi ruang dan waktu. Anak-anak di era reformasi ini pun tidak mau ketinggalan dengan media sosial yang sepertinya sudah menjadi kebutuhan setiap orang saat ini. Tak heran jika banyak remaja yang berlomba-lomba membangun komunitas secara online, khususnya di platform media sosial seperti *Facebook, Twitter, YouTube, Tik Tok, Instagram, WhatsApp*, dan masih banyak lagi. Tujuan interaksi media sosial adalah untuk memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani dalam kehidupan masyarakat. Kebutuhan akan informasi dan hiburan salah satunya. Kebutuhan yang beragam ini membuat mereka yang menggunakan media sosial memiliki motif tersendiri dalam memilih media yang akan digunakannya.(Fauziah, 2021)

Tik-Tok adalah platform media sosial yang saat ini digunakan oleh banyak orang. Tik-Tok adalah aplikasi hiburan virtual berupa rekaman musik asal China, yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi Tik-Tok memungkinkan penggunanya untuk membuat konten video singkat yang kuat dan membumi yang biasa disebut sebagai konten video yang kemudian dapat disebarkan ke masyarakat luas dengan mengunggahnya di halaman aplikasi *Tik-Tok*.

Di halaman tersebut juga terdapat segmen komentar yang memudahkan pengguna berkomunikasi satu sama lain. Selain itu, platform media sosial ini memberi pengguna filter unik dan menarik yang memudahkan mereka mengedit video dan menghasilkan video yang menarik.(Aqilah, 2022).

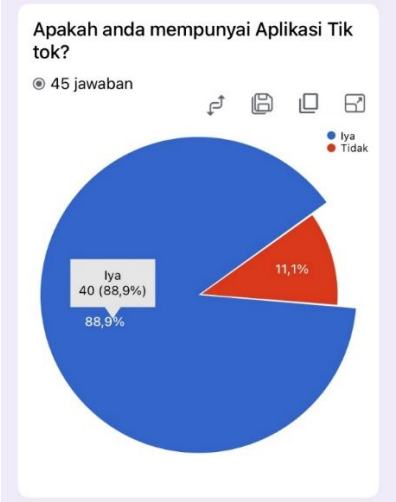
Pengguna Media Sosial Tik-Tok memiliki akses ke berbagai kemudahan, terutama anak muda seperti mahasiswi yang merasa nyaman menggunakan aplikasi. Mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun karena aplikasi Tik-Tok tidak memiliki batasan ruang dan waktu. *Tik-Tok* adalah media sosial yang menawarkan berbagai macam konten di antaranya menampilan video-video tutorial, edukasi, hiburan, sharing ilmu dan lainnya. Dari media sosial *Tik-Tok* ini lah masyarakat mendapatkan banyak ilmu dan informasi, terutama di dunia *trend fashion.* Konten kreator akan memberikan referensi *trend fashion* yang keren, menarik dan *trend* agar penonton tertarik dan mengikuti penampilannya.

Aplikasi *Tik-Tok* memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan masyarakat, terutama bagaimana mereka menjalani hidup mereka. Karena aplikasi Tik-Tok digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang cukup berlebihan, Tik-Tok memiliki kemampuan untuk mempengaruhi kebiasaan, preferensi, dan cara pandang seseorang terhadap sesuatu. (Aqilah, 2022). Salah satu pengaruh dari Media Sosial *Tik-Tok* ini adalah terhadap *Trend Fashion* seseorang. *Trend fashion* adalah desain dan penampilan produk *Fashion* yang dikaitkan dengan musim tertentu. Kemungkinan pergeseran gaya yang ditunjukkan oleh jenis objek desain, terutama di mana mereka ditemukan, persyaratan model pakaian seperti apa, untuk memenuhi kebutuhan data untuk membuat gaya.

Trend fashion erat kaitannya dengan siklus waktu, kepribadian seseorang, lingkungan sosialnya, dan gaya yang sedang populer pada bulan ini bisa dikatakan out of style

beberapa bulan kemudian(Lubis, Ekonomi, and Bisnis 2021). *Trend fashion* saat ini menjadi hal yang harus di ikuti masyarakat terutama pengguna media sosial *Tik-Tok*. Dari *fashion* yang kekinian dapat menunjang penampilan seseorang. *Trend fashion* ini tidak selalu menampilkan hal baik, banyak *trend fashion* yang di nilai tidak sopan dan tidak patut untuk di ikuti. Banyak dari masyarakat yang terpengaruh dan mengikuti *trend fashion* yang kekinian terutama pada kalangan mahasiswa.

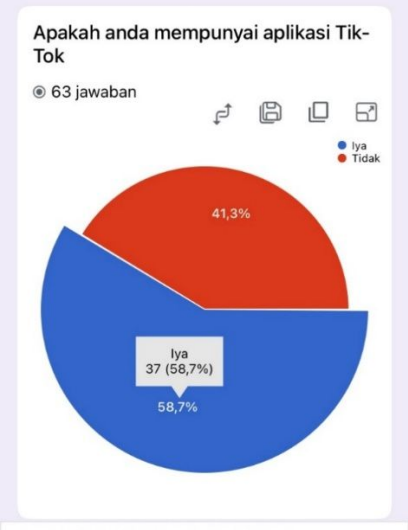
Peneliti membuat pra-survei yang sudah di bagikan kepada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Muhamamdiyah Bengkulu, serta Mahasiswa Prodi Administrasi Publik karena peneliti ingin melihat seberapa besar pengguna media sosial *Tik-Tok* di kalangan mahasiswa. Hasilnya menunjukkan hal ini pra-survei berikut.



(Diolah Peneliti)

Gambar 1.1 Hasil Pra-Survei Kuisioner Pengguna *Tik-Tok* Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019

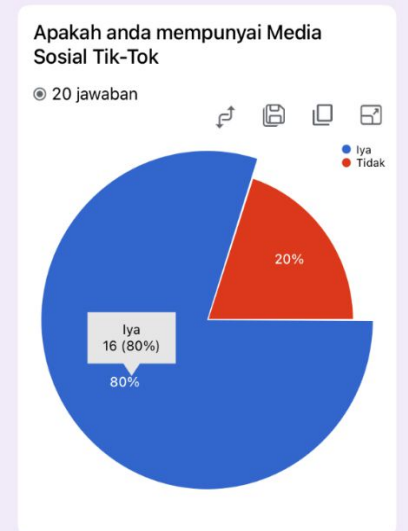
Pra-survei yang telah peneliti lakukan terhadap 45 mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Muhamamadiyah Bengkulu, dengan memberikan pertanyaan apakah mempunyai aplikasi *Tik-Tok*?. Hasilnya, dari 45 mahasiswa 88,9% responden Menjawab iya dan 11,1% dari mereka menjawab tidak. Hal ini berarti 40 mahasiswa mempunyai media sosial *Tik-Tok* dan 5 mahasiswa tidak mempunyai media sosial *Tik-Tok*.



(Diolah Peneliti)

Gambar 1.2 Hasil Pra-Survei Kuisioner Pengguna *Tik-Tok* Mahasiswa Prodi Ilmu Administrasi Publik Angkatan 2019

Pra-survei yang telah peneliti lakukan terhadap 63 mahasiswa Prodi Administrasi Publik Angkatan 2019 Universitas Muhamamadiyah Bengkulu, dengan memberikan pertanyaan apakah mempunyai aplikasi *Tik-Tok*?. Hasilnya, dari 63 mahasiswa 58,7% responden Menjawab iya dan 41,3% dari mereka menjawab tidak. Hal ini berarti 63 mahasiswa mempunyai media sosial *Tik-Tok* dan 26 mahasiswa tidak mempunyai media sosial *Tik-Tok.*

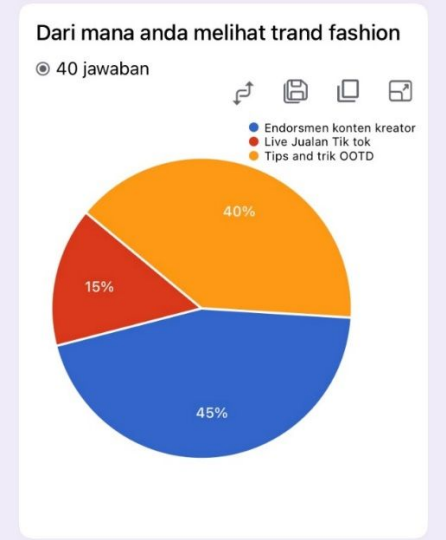


(Diolah Peneliti)

Gambar 1.2 Hasil Pra-Survei Kuisioner Pengguna *Tik-Tok* Mahasiswa Prodi Ilmu Sosiologi Angkatan 2019

Pra-survei yang telah peneliti lakukan terhadap 20 mahasiswa Prodi Sosiologi Angkatan 2019 Universitas Muhamamadiyah Bengkulu, dengan memberikan pertanyaan apakah mempunyai aplikasi *Tik-Tok*?. Hasilnya, dari 20 mahasiswa 80% responden Menjawab iya dan 20% dari mereka menjawab tidak. Hal ini berarti 16 mahasiswa mempunyai media sosial *Tik-Tok* dan 4 mahasiswa tidak mempunyai media sosial *Tik-Tok.*

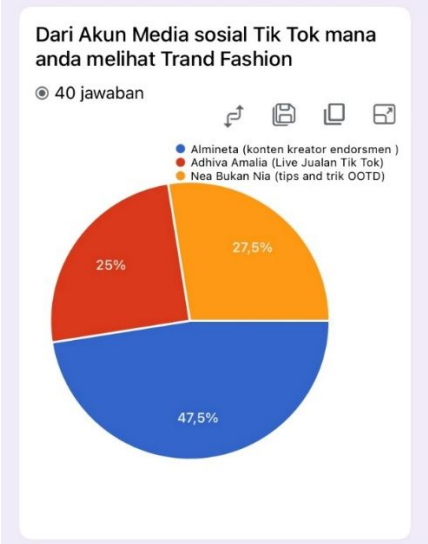
Dari hasil survei yang telah di lakukan terhadap mahasiswa Prodi ILmu Komunikasi, Administrasi Publik, dan Sosiologi bahwa Pengguna Media Sosial *Tik-Tok* di Prodi Ilmu komunikasi Angkatan 2019 lebih banyak di bandingkan prodi Administrasi Publik dan Sosiologi yaitu 40 mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi mempunyai Media Sosial *Tik-Tok* sedangkan mahasiswa Prodi Administrsi Publik 37 Mahasiswa dan Prodi Sosiologi 16 Mahasiswa yang mempunyai Media Sosial Tik-Tok. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk menjadikan Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 sebagai subjek dalam penelitian ini.Prodi Ilmu Komunikasi adalah salah satu prodi yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 terdiri dari 45 mahasiswa, di antaranya 25 mahasiswa laki-laki, dan 19 mahasiswa perempuan. Dari hasil Observasi yang peneliti lakukan di ketahui bahwa mayoritas mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi menggunakan *Tik-Tok* sebagai sumber bagi mahasiswa untuk mencari informasi tentang *Fashion.*



(Diolah Peneliti)

Gambar 1.3 Hasil Pra-Survei Kuisioner Pengguna Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019melihat *Trend Fashion Tik-Tok*

Hasil pra-survei yang di lahkukan oleh peneliti kepada mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 dengan pertanyaan, dari mana mahasiswa melihat *trend fashion Tik-Tok* ? dari 40 mahasiswa yang mempunyai media sosial tik tok menjawab 45% mahasiswa menjawab dari *Endorsmen* konten kreator *Tik-Tok*, 40% menjawab dari *Tips and Trik OOTD*, dan 15% dari live Jualan *Tik-Tok*. Jadi mahasiwa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 mayoritas responden melihat *trend fashion* dari *Endorsmen* konten kreator *Tik-Tok*, dengan presentasi tertinggi yaitu 45%. Alasan responden mayoritas memilih melihat *trend fashion* dari *Endorsmen* konten kreator *Tik-Tok* adalah karena dari *Endorsmen Tik-Tok* kita bisa mengetahui *trend fashion* yang sekarang sedang viral, dan juga memudahkan orang-orang mengenal dan meniru cara berpenampilan.



(Diolah Peneliti)

Gambar 1.4 Hasil Pra-Survei Kuisioner Akun Media Sosial *Tik-Tok* Yang Di Gunakan Mahasiwa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Sebagai Acuan *Trend Fashion*

Peneliti juga membuat kuisioner dengan pertanyaan akun media sosial *Tik-Tok* siapa yang di gunakan Mahasiwa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 sebagai acuan *Trend Fashion*?. Hasil dari pra-survei terhadap 40 Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi yang memiliki aplikasi *Tik-Tok* yaitu 47,5% menjawab dari akun media sosial Almineta (*Endorsmen* konten kreator *Tik-Tok*), 27,7% menjawab dari akun media sosial *Tik-Tok* Adhiva Amalia (Live Jualan *Tik-Tok),* dan 25% menjawab dari Akun Media Sosial Tik-Tok Nea Bukan Nia (*tips and tik OOTD*). Jadi mayoritas mahasiswa melihat *trend fashion Tik-Tok* dari akun media sosial tik-tok Almineta *(*Konten kreator *Tik-Tok Endorsmen*) dengan presentasi terbesar yaitu 45,7%. Alasan responden mayoritas memilih akun media sosial Almineta (*Endorsmen* konten kreator *Tik-Tok*), untuk melihat *trend fashion* adalah karena almineta adalah konten kreator *Tik-Tok* yang memiliki followers 2,6 M. Dari akun *Tik-Tok* Almineta banyak *fashion-fashion* yang di tawarkan dengan gaya busana keren, kekinian, dan simple ini yang menarik *viewers Tik-Tok* untuk meniru dan membeli produk *fashion*.

Peneliti juga melakukan wawancara beberapa mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019, bahwa mahasiswa menggunakan media sosial *Tik- Tok* sebagai acuan dalam berpenampilan terutama dalam *trend fashion.* Mahasiswa selalu melihat *Tik Tok* jika ingin berpenampilan, karena dari tayangan *Tik- Tok* bisa merubah penampilan yang dulunya tidak tau cara berpenampilan dan tidak tau *trend* dan menarik.

Berdasarkan Observasi dari penelitian ini bahwa Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 mengikuti *trend fashion* dari media sosial *Tik-Tok,* dapat di lihat dari model hijab segi empat dan pashmina yang di ikat ke belakang, dari segi pakaian sekarang mahasiswa mengukuti *trend fashion* memakai kemeja oversize di padukan dengan celana *jean*s kulot Panjang. Dari *trend fashion* di *Tik-Tok* yang di ikuti mahasiswa membuat penampilan mahasiswa menarik dan kekinian sehingga membuat teman mahasiswa terutama Prodi Ilmu Komuniksi Aangkatan 2019 tertarik dan akhirnya mengikuti juga *trend fashion* dari *Tik-Tok*.

2. Metode Penelitian

2.1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam pemeriksaan ini adalah pemeriksaan kuantitatif. (2010: Sugiono) 213) berpendapat bahwa sebagaimana pertanyaan yang diajukan peneliti dalam penelitian kuantitatif hanya relevan untuk waktu yang singkat, demikian pula teori yang digunakan dalam proposal penelitian kuantitatif. Teori-teori ini juga hanya akan menjadi relevan setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks sosial. Pengukuran dengan perhitungan ilmiah data kuantitatif dan objek statistik yang berasal dari sampel orang atau penduduk yang diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan dalam survei untuk menentukan frekuensi dan penyajian jawaban mereka merupakan penelitian kuantitatif menurut definisi. Citorus 2018) 3.2 Strategi Eksplorasi Pemeriksaan ini mengambil jenis eksplorasi kuantitatif. Sugiyono menegaskan (2018:13), Data kuantitatif adalah metode penelitian yang berbasis empiris (data konkret) dimana data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur dengan menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan dan pengujian. Angka-angka ini akan dikaitkan dengan masalah yang dipelajari untuk menarik kesimpulan.(Hastuti, 2022)

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2006), baik tidaknya tergantung pada bagaimana peneliti mengumpulkan data, teknik pengumpulan data juga dapat digunakan untuk memperoleh data. Metode pengumpulan informasi juga disesuaikan dengan jenis pemeriksaan yang digunakan. Jenis pemeriksaan kuantitatif ini biasanya menggunakan survei, rapat, dan prosedur pemilihan tulisan. (2022, Nofrias). Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Menurut Kriyantono (2006), kuesioner adalah survei di mana responden mengajukan serangkaian pertanyaan tentang subjek yang sedang dipelajari. Menurut Riduwan (2013), jajak pendapat atau survei adalah penyelidikan yang diajukan oleh para ahli untuk diberikan kepada responden.

Menulis skala pengukuran yang melakukan pengukuran menggunakan skala Likert. Skala Likert menurut Sugiyono (2016) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Variabel yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel dengan menggunakan skala Likert. Setelah itu, dibuat indikator-indikator dari variabel-

variabel yang perlu diukur. Kemudian penanda digunakan sebagai tahap awal untuk mengumpulkan benda-benda instrumen yang dapat berupa proklamasi atau penjelasan. Respon setiap instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki derajat dari sangat yakin hingga sangat negatif.

Ada sejumlah pertanyaan dari Kuisioner/angket variabel X dan Y dalam penelitian ini, dan setiap pertanyaan akan memiliki tiga kategori jawaban yang berbeda..

Jawaban disusun berurut dari:

a. Jika menjawab “S” sehingga diberi nilai 3
b. Jika menjawab “KS” sehingga diberi penilaian 2
c. Jika menjawab “TS” sehingga dibari penilaian 1

Keterangan :

“S” : Setuju

“KS” : Kurang Setuju

“TS” : Tidak Setuju

3. Teori Determinasi Teknologi

Determinasi teknologi dapat di artikan bahwa kemajuan teknologi adalah penyebab dari setiap peristiwa atau tindakan manusia. Orang sering bertindak sendiri sebagai akibat dari perkembangan teknologi ini. Pertama dan terutama, orang membuat inovasi, namun secara progresif inovasi sangat mempengaruhi setiap inovasi yang dilakukan orang. Internet dan ponsel tidak tersedia pada saat itu. (Hastuti, 2022)

Berbeda dengan sekarang, mahasiswa banyak yang menggunakan dan ketergantungan terhadap media massa maupun media online. Inti Determinasi teori yaitu untuk lebih spesifik penemuan atau peningkatan inovasi korespondensi adalah komponen yang mengubah budaya manusia. Sedangkan McLucan menegaskan bahwa cara kita berkomunikasi memengaruhi budaya kita. Marshall McLucan pertama kali mengusulkan teori ini pada tahun 1964 dalam bukunya *Understanding Media.*(Hastuti, 2022)

Pendapat Mc Luhan (Morissa, 2013:485), Dalam masyarakat yang sangat bergantung pada teknologi, teknologi media telah melahirkan sebuah revolusi. McLuhan melihat bagaimana media membentuk dan mengontrol budaya. Keyakinan bahwa teknologi memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia dikenal sebagai determinisme teknologi atau penentuan teknologi. Istilah *Technological determinism* menunjukkan gagasan McLucan bahwa inovasi memengaruhi masyarakat atau semua manusia yang tidak terpaku pada batu oleh inovasi.(Hastuti 2022)

Pendapat McLucan, Menurutnya teknologi komunikasi merupakan faktor utama dalam perubahan budaya. Setiap penemuan teknologi baru, mulai dari mesin cetak dan surat hingga media elektronik dan lembaga sosial, dipengaruhi oleh teknologi komunikasi. (Morrisa, 2013:486-487). Dengan asumsi arti kata jaminan terkait dengan (jaminan inovatif) dapat diartikan bahwa setiap peristiwa atau kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang adalah karena dampak dari peristiwa peristiwa mekanis. Pembangunan bergerak secara mandiri.(Hastuti 2022)

Peneliti menarik kesimpulan berikut berdasarkan pemahaman sebelumnya teori determinasi teknologi adalah teori yang menyatakan bahwa perubahan dan perkembangan teknologi yang berupa media sosial berpengaruh terhadap manusia. Peneliti menggunakan teori determinasi teknologi karena peneliti ingin melihat bagaimana teknologi berupa media sosial *Tik-Tok* memepengaruhi gaya hidup manusia terutama dari *trend fashion*

4. Temuan dan Pembahasan

4.1 Pembahasan

1. *Endorsement Tik-Tok*

   Adalah jenis promosi termasuk tokoh terkenal atau superstar atau sekali lagi orang yang memperoleh pengakuan, kepercayaan, penghargaan, atau sekali lagi perhatian yang tinggi di mata publik.

2. *Tips and Trik OOTD*

Tips adalah cara untuk melakukan sesuatu berupa *trend fashion*, Sedangkan *trik* adalah cara cepat/mudah untuk melaksanakan tips *trend fashion*.

3. Live jualan *Tik-Tok*

   Adalah salah satu fitur yang ada di *Tik-Tok* yang di gunakan untuk berinteraksi dengan followers. Fitur ini memungkinkan pengguna berinteraksi secara langsung dengan menawarkan pakaian atau *Fashion* terkini.

4. *Trend fashion*

   Istilah *"tren fashion"* dapat diartikan sebagai jenis pakaian yang umumnya dipilih dan dianut oleh sebagian besar masyarakat serta dapat meningkatkan kenyamanan pada waktu tertentu. Fashion sekarang adalah istilah yang lebih umum untuk pakaian. Kamus bahasa Inggris mendefinisikan fashion sebagai "fashion." Selain itu, fashion mengacu pada metode atau gaya terbaru yang sedang dalam mode pada waktu tertentu dan banyak digunakan oleh mereka yang tertarik dengan pakaian, aksesoris, dan barang-barang terkait lainnya. Karena tren fashion terbaru seseorang dapat menunjukkan kualitas gaya hidup seseorang, hal itu sudah menjadi bagian dari gaya hidup yang mengarah ke Gaya Hidup.

1.* Correlations (Uji Validitas Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* dan *Trend Fashion)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	40.0000	107.487	.771	.	.769
X2	40.1750	105.379	.771	.	.763
X3	40.2500	103.936	.879	.	.758
X4	40.2000	105.190	.827	.	.762
X5	40.0250	105.769	.846	.	.763
X6	40.2000	105.446	.768	.	.763
X7	40.7500	104.038	.762	.	.760
X8	40.3500	105.156	.711	.	.764

X9	40.5750	105.174	.770	.	.763
Jumlah	21.3250	29.456	1.000	.	.934
Y1	12.1250	10.317	.808	.	.796
Y2	11.9750	10.692	.783	.	.811
Y3	12.0250	10.435	.758	.	.808
Jumlah	7.2250	3.717	1.000	.	.812

Dasar pengambilan keputusan Uji Validitas adalah dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung < r tabel maka dapat di artikan bahwa data valid atau signifikan begitu pula sebaliknya jika r tabel > dari r hitung maka data tida valid atau tidak signifikan. Sampel Uji Coba (N-2) = (40-2=38), maka r tabel N38=0,320

Variabel X yang sangat berpengaruh adalah X3 dengan item pertayaan saya membeli dan meniru *fashion* yang di pakai *endorsement Tik-Tok* dengan nilai signifikan 0,879,dan Variabel X yang paling rendah adalah X8 dengan item pertanyaan Saya menonton *live* jualan *Tik-Tok* deengan nilai signifikan 0,771.

Dari table tersebut di ketahui bahwa semua item Pertanyaan Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* di peroleh nilai p<0,05 maka semua item Pertanyaan tentang Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* tersebut di katakan signifikan

Variabel Y yang sangat berpengaruh adalah Y1 dengan item pertanyaan saya mengikuti dan meniru Fashion yang sedang viral di *Tik-Tok,* dan Variabel Y yang paling rendah terletak di Y3 dengan item pertanyaan Saya *update* warna-warna *Fashion* yang keren dan terkini yang ada di *Tik-Tok.* Dengan nilai signifikan 0,783.

Dari table tersebut di ketahui bahwa semua item Pertanyaan tentang *Trend Fashion* di peroleh nilai p<0,05 maka semua item Pertanyaan tentang *Trend Fashion* tersebut di katakan signifikan.

2. Reliabilitas Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* dan *Trend Fashion*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	*Cronbach's Alpha Based on Standardized Items*	*N of Items*
.847	.912	4

Tabel di atas menggambarkan hasil uji reabilitas Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* dengan menggunakan Uji *Cronbach's Alpha.* Dari table tersebut di peroleh nilai Uji *Cronbach's Alpha* sebesar 0,847 > 0,6 maka semua item pernyataan *Trend Fashion* di katakana reliabel.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.786	.951	10

Tabel di atas menggambarkan hasil uji reliabilitas Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* dengan menggunakan Uji *Cronbach's Alpha.* Dari table tersebut di peroleh nilai Uji *Cronbach's Alpha* sebesar 0,786 > 0,6 maka semua item pernyataan Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* di katakana reliabel.

3. Regression (Regresi Linear Sederhana)

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Trend Fashion
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800[a]	.639	.630	1.16242

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok

Tabel di atas mengambarkan hubungan antara Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* dengan *Trend Fashion*. Nilai Korelasi (R) antara Penggunaan Media Sosial adalah 0,800. Karena nilai tersebut berada di antara 0,4-0,6 maka hubungan tersebut di katakana kategori sedang.

Nilai Koefisien Determinasi (R *Square* = R^2) antara Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* dengan *Trend Fashion* adalah 0,639. Artinya kontribusi variabel Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* dalam mempengaruhi *Trend Fashion* sebesar 63,9%, sementara 36,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.029	1	91.029	67.368	.000[b]
	Residual	51.346	38	1.351		
	Total	142.375	39			

a. Dependent Variable: Trend Fashion
b. Predictors: (Constant), Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok

Dari uji ANOVA atau uji F, didapat nilai F hitung sebesar 67,368 dengan nilai p sebesar 0,000. Karena nilai p<0,05 maka model regressi dapat dipakai untuk memprediksi *Trend Fashion*

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.159	.750		1.545	.131
	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok	.278	.034	.800	8.208	.000

a. Dependent Variable: Trend Fashion

Untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* terhadap Perilaku Remaja dilakukan dengan menggunakan Uji t. Dari tabel diatas diperoleh nilai t sebesar -

8.208 dengan nilai p sebesar 0,000. Karena nilai p<0,05 maka secara statistik dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* terhadap *Trend Fashion*. Artinya semakin sering menggunakan Media Sosial *Tik-Tok* maka semakin orang tau apa itu *Trend Fashion,* sebaliknya semakin jarang menggunakan Media Sosial *Tik-Tok* maka orang tidak tau ap aitu *Trend Fashion*.

5. Penutup

1. Kesimpulan

Kesimpulan berikut dapat ditarik berdasarkan data yang dianalisis sesuai dengan teori penentuan teknologi dan penelitian yang dilakukan dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Tren Fashion":

Teori yang digunakan adalah teori determinasi teknologi dari McLuhan dengan hasil yang diperoleh adalah peneliti mengemukakan bahwa intensitas,dan daya Tarik berpengaruh secara signifikan terhadap *Trend Fashion.* Pengaruh penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* terhadap Trend Fashion dilakukan dengan menggunakan Uji t. Diperoleh nilai t sebesar -8.208 dengan nilai p sebesar 0,000. Karena nilai p<0,05 maka secara statistik dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang berarti antara Penggunaan Media Sosial *Tik-Tok* terhadap *Trend Fashion*.

Hasil uji ANOVA atau uji F, didapat nilai F hitung sebesar 67,368 dengan nilai p sebesar 0,000. Karena nilai p<0,05 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi *Trend Fashion*. Artinya semakin sering menggunakan Media Sosial *Tik-Tok* maka semakin orang terpengaruh oleh *Trend Fashion,* sebaliknya semakin jarang menggunakan Media Sosial *Tik-Tok* maka orang tidak terpengaruh oleh *Trend Fashion*.

2. Saran

Saran berikut telah dibuat oleh para peneliti sehubungan dari penelitian tersebut:

a. Untuk kreator (pembuat)

Saran bagi kreator, khususnya Media Sosial *Tik-Tok*, di harapakan agar memanfaatkan lagi Media Sosial *Tik-Tok* dan konten -konten yang di buat lebih menarik lagi terutama di bidang *Fashion.*

b. Bagi Mahasiswa

Khusunya Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan2019 di di harapkan mahasiswa bisa menjadikan Media Sosial *Tik-Tok* ini sebagai sharing ilmu tentang *Fashion* dan bisa menjadi konten kreator *Tik-Tok* yang membawa dampak baik dalam dunia *Fashion* di Indonesia

References

Aqilah, Elisa. 2022. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi (Studi Pada Mahasiswa UNiversitas Islam Negeri Sunan Gunung Bandung)." 14(3): 210–22.

Fatmawati, Negeri, Bengkulu Untuk, Memenuhi Sebagian, and Persyaratan Guna. 2022. "Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Bidang Ilmu Tarbiyah."

Fauziah, Assyifa. 2021. *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP PENGUNGKAPAN DIRI (SELF DISCLOSURE) SISWI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) 1442 H / 2021 M*.

Hastuti, J. 2022. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perilaku Remaja (Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja Di Pagar Dewa Kota Bengkulu)." 13(2): 236–46.

Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. *Ilmu Komunikasi*, *6*(2), 26. http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42

Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, *4*(2), 123–136. https://doi.org/10.9744/jmk.4.2.pp.123-136

Novriansyah, Helmy. 2022. "Pengaruh Intensitas Motif Penggunaa Instagram Terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Followers Akun @BengkuluInfo." : 88–97.

Nugroho, U. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif pendidikan jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung

Lubis, Nursaidah, Fakultas Ekonomi, and D A N Bisnis. 2021. "Pengaruh Trand Fashion Dan Promosi Terhadaqp Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan Angkatan 2017." 12(4): 2030–2245.

Rahayu, Septi et al. 2020. *Pengaruh Trend Fashion Dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*.

SITORUS, FREDRICK GERHAD. 2018. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak." : 1–87.