



**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP GAYA  
HIDUP GENERASI Z DI TIKTOK**

**(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana Jakarta)**

**TUGAS AKHIR**

**SKRIPSI**

**YURIZKA ADISTYANA**

**44222010075**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2025**



**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP  
GAYA HIDUP GENERASI Z DI TIKTOK**

**(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana Jakarta)**

**TUGAS AKHIR**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS  
YURIZKA ADISTYANA  
44222010075  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yurizka Adistyana  
NIM : 44222010075  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:  
“Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta)”  
adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Desember 2025



Yurizka Adistyana

### PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Yurizka Adistyana  
NIM : 44222010075  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Gaya Hidup Generasi Z di TikTok (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 29 Desember 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 26%

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 29 Desember 2025  
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

#### KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650  
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting). Fax. 021-584 0813  
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: [umb@mercubuana.ac.id](mailto:umb@mercubuana.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yurizka Adistyana  
NIM : 44222010075  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 12 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

MERCU BUANA

Jakarta, 12 Desember 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas  
Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)  
NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid, M.Si)  
NIDN/NUPTK: 0301117301

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul ***“Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Gaya Hidup Generasi Z di TikTok (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta)”***. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa penyelesaiannya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi, yang telah dengan penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Novi Erlita, S.Sos., M.A, selaku Ketua Sidang, yang telah memimpin jalannya sidang serta memberikan saran dan arahan guna penyempurnaan skripsi ini.
3. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.Ikom, selaku Penguji Ahli, yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan konstruktif untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suharyanto dan Ibu Neneng Hasanah, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, serta kasih sayang tanpa batas. Terima kasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

6. Kedua adik saya, Diba dan Olla, yang selalu memberikan semangat dan hiburan di setiap proses pengerjaan proposal skripsi ini.
7. Iguana kesayangan saya, Melly, yang telah menemani saya dalam menyusun proposal skripsi ini. *Rest in Peace*, sayang.
8. Sahabat-sahabat terbaik saya, Kia, Prita, Yemima, dan Jihan, yang selalu memberikan semangat, dorongan, masukan, serta menemani dalam setiap proses perjuangan ini. Kehadiran kalian sangat berarti bagi saya.
9. Bias kesayangan saya, Jake Sim, yang tanpa sadar ikut berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini melalui senyuman manis yang selalu memberi semangat di tengah rasa lelah.
10. *Boy Group* kesayangan saya, ENHYPEN dengan tujuh membernya (Heeseung, Jay, Jake, Sunghoon, Sunoo, Jungwon, dan Ni-Ki), yang lagu-lagu, video, dan karyanya menjadi teman setia dan sumber semangat selama perjalanan menyelesaikan skripsi ini.
11. Para responden penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan membantu dalam pengumpulan data.
12. Diri saya sendiri, Yurizka Adistyana, yang telah berjuang hingga titik akhir, menghadapi berbagai tantangan, serta tetap berusaha menyelesaikan tugas akhir ini dengan penuh tekad dan ketekunan. *You did great!*

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan.

**Jakarta, 12 Desember 2025**

**Peneliti,**

**Yurizka Adistyana**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yurizka Adistyana  
NIM : 44222010075  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Desember 2025

Yang menyatakan,



Yurizka Adistyana

## ABSTRAK

Nama : Yurizka Adistyana  
NIM : 44222010075  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Gaya Hidup Generasi Z di TikTok (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta)  
Pembimbing : Dr. Farid Hamid, M.Si

Perkembangan TikTok sebagai media sosial paling populer di kalangan Generasi Z memunculkan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang mendorong perubahan perilaku dan gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh FOMO terhadap gaya hidup mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sebagai pengguna aktif TikTok.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya celah dalam mengkaji FOMO secara langsung terhadap gaya hidup. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori FOMO (*Comparison with Friends, Being Left Out, Missed Experiences, Compulsion*), teori Gaya Hidup (*Activities, Interest, Opinions*), serta *Social Influence Theory* (*Compliance, Identification, Internalization*) untuk menjelaskan bagaimana tekanan sosial, perbandingan diri, dan dorongan mengikuti tren TikTok dapat membentuk aktivitas, minat, dan opini mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner Likert kepada 93 responden yang dipilih dengan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, koefisien korelasi, regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi serta uji t dan uji F untuk melihat besarnya pengaruh FOMO terhadap gaya hidup.

Hasil penelitian menunjukkan FOMO memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup Mahasiswa FIKOM UMB. Nilai determinasi sebesar 63,8% menjelaskan bahwa gaya hidup mahasiswa dipengaruhi oleh tingkat FOMO, sementara 36,2% lainnya berasal dari faktor lain, seperti lingkungan, kepribadian, maupun bentuk konsumsi media lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa FOMO di TikTok berperan nyata dalam membentuk pola hidup, pilihan aktivitas, dan preferensi mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Fear of Missing Out*, FOMO, Gaya hidup, Generasi Z, TikTok, *Social Influence Theory*, Media Sosial.

## ABSTRACT

Name : Yurizka Adistyana  
NIM : 44222010075  
Study Program : Communication Science  
Title Thesis Report : *The Influence of Fear of Missing Out (FOMO) on Generation Z's Lifestyle on TikTok (Survey of Communication Science Students at Mercu Buana University, Jakarta)*  
Counselor : Dr. Farid Hamid, M.Si

*The rapid growth of TikTok as the most popular social media platform among Generation Z has led to the emergence of the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon, which drives changes in behavior and lifestyle. This study aims to determine the extent to which FOMO influences the lifestyle of students from the Faculty of Communication Science at Universitas Mercu Buana, who are active TikTok users.*

*Previous studies indicate a research gap in examining FOMO directly in relation to lifestyle. Therefore, this study employs FOMO Theory (Comparison with Friends, Being Left Out, Missed Experiences, Compulsion), Lifestyle Theory (Activities, Interest, Opinions), and Social Influence Theory (Compliance, Identification, Internalization) to explain how social pressure, self-comparison, and the urge to follow TikTok trends can shape students' activities, interests, and opinions.*

*This research uses a quantitative approach through a Likert-scale questionnaire distributed to 93 respondents selected using purposive sampling. The data were analyzed using validity tests, reliability tests, normality tests, correlation coefficients, simple linear regression, the coefficient of determination, as well as t-tests and F-tests to measure the influence of FOMO on lifestyle.*

*The results of the study indicate that FOMO has a significant influence on the lifestyles of FIKOM UMB students. A determination value of 63.8% indicates that students' lifestyles are influenced by their FOMO levels, while the remaining 36.2% is influenced by other factors, such as their environment, personality, and other forms of media consumption. These findings confirm that FOMO on TikTok plays a significant role in shaping students' lifestyles, activity choices, and preferences.*

**Keywords:** *Fear of Missing Out, FOMO, Lifestyle, Generation Z, TikTok, Social Influence Theory, Social Media.*

## DAFTAR ISI

|                                                                                 |          |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------|
| HALAMAN SAMPUL .....                                                            | 0        |
| HALAMAN JUDUL.....                                                              | i        |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....                                          | ii       |
| HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN .....                               | iii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                         | iv       |
| KATA PENGANTAR .....                                                            | v        |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI<br>REPOSITORY UMB ..... | vii      |
| ABSTRAK .....                                                                   | viii     |
| ABSTRACT.....                                                                   | ix       |
| DAFTAR ISI.....                                                                 | x        |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                             | xiii     |
| DAFTAR TABEL .....                                                              | xiv      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                                            | xvii     |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                                  | <b>1</b> |
| 1.1    Latar Belakang Penelitian .....                                          | 1        |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                                                    | 7        |
| 1.3    Tujuan Penelitian .....                                                  | 7        |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....                                                 | 7        |
| 1.4.1    Manfaat Penelitian Akademis .....                                      | 7        |
| 1.4.2    Manfaat Penelitian Praktis .....                                       | 8        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                             | <b>9</b> |
| 2.1    Penelitian Terdahulu .....                                               | 9        |
| 2.2    Kajian Teoritis.....                                                     | 20       |
| 2.2.1    Public Relations .....                                                 | 20       |
| 2.2.2    Komunikasi Persuasif .....                                             | 21       |
| 2.2.3    Media Sosial.....                                                      | 22       |
| 2.2.4    TikTok.....                                                            | 23       |

|                                                    |                                                   |           |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.5                                              | Fear of Missing Out (FOMO) .....                  | 25        |
| 2.2.6                                              | Social Influence Theory .....                     | 27        |
| 2.2.7                                              | Gaya Hidup .....                                  | 28        |
| 2.2.8                                              | Generasi Z .....                                  | 29        |
| 2.3                                                | Hipotesis Teori .....                             | 31        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>          |                                                   | <b>32</b> |
| 3.1                                                | Paradigma Penelitian.....                         | 32        |
| 3.2                                                | Metode Penelitian.....                            | 33        |
| 3.3                                                | Populasi dan Sampel .....                         | 34        |
| 3.3.1                                              | Populasi.....                                     | 34        |
| 3.3.2                                              | Sampel.....                                       | 34        |
| 3.3.3                                              | Teknik Penarikan Sampel .....                     | 35        |
| 3.4                                                | Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep ..... | 36        |
| 3.4.1                                              | Definisi Konsep.....                              | 36        |
| 3.4.2                                              | Operasionalisasi Konsep .....                     | 38        |
| 3.5                                                | Teknik Pengumpulan Data.....                      | 41        |
| 3.5.1                                              | Data Primer .....                                 | 41        |
| 3.5.2                                              | Data Sekunder .....                               | 42        |
| 3.6                                                | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....           | 42        |
| 3.6.1                                              | Uji Validitas .....                               | 42        |
| 3.6.2                                              | Uji Reliabilitas .....                            | 45        |
| 3.7                                                | Teknik Analisa Data.....                          | 46        |
| 3.7.1                                              | Analisis Koefisien Korelasi.....                  | 46        |
| 3.7.2                                              | Analisis Regresi Linear Sederhana .....           | 47        |
| 3.7.3                                              | Analisis Koefisien Determinasi .....              | 48        |
| 3.7.4                                              | Uji t .....                                       | 48        |
| 3.7.5                                              | Uji F .....                                       | 49        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                                   | <b>51</b> |
| 4.1                                                | Gambaran Umum Objek Penelitian .....              | 51        |
| 4.1.1                                              | Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi .....          | 51        |
| 4.1.2                                              | Generasi Z dan TikTok .....                       | 52        |

|                                         |                                                       |            |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.3                                   | Fear of Missing Out .....                             | 53         |
| 4.2                                     | Tahap Pelaksanaan Penelitian .....                    | 53         |
| 4.3                                     | Teknik Pengelolaan Data .....                         | 54         |
| 4.4                                     | Hasil Penelitian .....                                | 55         |
| 4.4.1                                   | Karakteristik Data Responden.....                     | 55         |
| 4.4.2                                   | Hasil Responden terhadap Variabel FOMO (X).....       | 59         |
| 4.4.3                                   | Hasil Responden terhadap Variabel Gaya Hidup (Y)..... | 70         |
| 4.4.4                                   | Hasil Uji Dimensi.....                                | 78         |
| 4.4.5                                   | Hasil Uji Normalitas .....                            | 86         |
| 4.4.6                                   | Hasil Uji Koefisien Korelasi .....                    | 87         |
| 4.4.7                                   | Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....              | 89         |
| 4.4.8                                   | Hasil Uji Koefisiensi Determinasi $R^2$ .....         | 90         |
| 4.4.9                                   | Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....                     | 91         |
| 4.4.10                                  | Hasil Uji Hipotesis (Uji F) .....                     | 91         |
| 4.5                                     | Pembahasan.....                                       | 92         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> |                                                       | <b>97</b>  |
| 5.1                                     | Kesimpulan .....                                      | 97         |
| 5.2                                     | Saran.....                                            | 98         |
| 5.2.1                                   | Saran Akademis .....                                  | 98         |
| 5.2.2                                   | Saran Praktis .....                                   | 99         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             |                                                       | <b>100</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                    |                                                       | <b>103</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Waktu yang Dhabiskan untuk Menggunakan Media Sosial ..... | 1  |
| Gambar 1. 2 Media Sosial yang Sering Digunakan Generasi Z .....       | 3  |
| Gambar 4. 1 Logo Universitas Mercu Buana .....                        | 51 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                               | 15 |
| Tabel 3. 1 Matriks Operasionalisasi Konsep.....                     | 38 |
| Tabel 3. 2 Skala Penelitian Likert .....                            | 42 |
| Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel X .....                           | 43 |
| Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Y .....                           | 44 |
| Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel X.....                         | 45 |
| Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Variabel Y.....                         | 46 |
| Tabel 3. 7 Tingkat Hubungan Korelasi .....                          | 47 |
| Tabel 4. 1 Bidang Studi Responden.....                              | 55 |
| Tabel 4. 2 Generasi Responden.....                                  | 56 |
| Tabel 4. 3 Responden Pernah Merasa Fear of Missing Out (FOMO) ..... | 56 |
| Tabel 4. 4 Lama Penggunaan TikTok Responden .....                   | 56 |
| Tabel 4. 5 Tanggapan Responden pada Variabel X.....                 | 57 |
| Tabel 4. 6 Tanggapan Responden pada Variabel Y .....                | 58 |
| Tabel 4. 7 Membandingkan Gaya Hidup di TikTok.....                  | 60 |
| Tabel 4. 8 Menyesuaikan Konten TikTok.....                          | 60 |
| Tabel 4. 9 Merasa Kurang Percaya Diri.....                          | 61 |
| Tabel 4. 10 Merasa Tertinggal .....                                 | 62 |
| Tabel 4. 11 Merasa Cemas .....                                      | 62 |
| Tabel 4. 12 Khawatir Tidak Diterima .....                           | 63 |
| Tabel 4. 13 Merasa Tersisih dari Komunitas .....                    | 64 |
| Tabel 4. 14 Merasa Perlu Ikut Serta.....                            | 64 |

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 15 Merasa Tertinggal .....                                                   | 65 |
| Tabel 4. 16 Merasa Telah Kehilangan Momen Penting.....                                | 66 |
| Tabel 4. 17 Merasa Kecewa .....                                                       | 66 |
| Tabel 4. 18 Merasa Tertinggal dari Perkembangan Media Sosial .....                    | 67 |
| Tabel 4. 19 Keseringan Memeriksa TikTok .....                                         | 68 |
| Tabel 4. 20 Keinginan Membuka TikTok Beberapa Kali Sehari.....                        | 68 |
| Tabel 4. 21 Perlu Terus Aktif di TikTok.....                                          | 69 |
| Tabel 4. 22 Tidak Membuka TikTok dalam Satu Hari .....                                | 70 |
| Tabel 4. 23 Sering Berpartisipasi di TikTok.....                                      | 70 |
| Tabel 4. 24 Pernah Membuat Konten di TikTok .....                                     | 71 |
| Tabel 4. 25 Pernah Membeli Produk di TikTok .....                                     | 72 |
| Tabel 4. 26 Aktif Mencoba Gaya Hidup di TikTok.....                                   | 72 |
| Tabel 4. 27 Tertarik Mencoba Gaya Hidup Tertentu di TikTok.....                       | 73 |
| Tabel 4. 28 Sering Mencari Informasi Produk atau Gaya Hidup di TikTok.....            | 74 |
| Tabel 4. 29 Excited Mencoba Hal Baru dari TikTok.....                                 | 74 |
| Tabel 4. 30 Mengikuti Akun TikTok yang Mempromosikan Gaya Hidup .....                 | 75 |
| Tabel 4. 31 Lebih Diterima Jika Mengikuti Tren di TikTok .....                        | 76 |
| Tabel 4. 32 Mengadopsi Gaya Hidup Populer di TikTok.....                              | 76 |
| Tabel 4. 33 Tren di TikTok membantu Mengekspresikan Identitas atau Gaya Pribadi ..... | 77 |
| Tabel 4. 34 Mengikuti Tren TikTok penting untuk Tetap Relevan .....                   | 78 |
| Tabel 4. 35 Dimensi Comparison with friends .....                                     | 78 |
| Tabel 4. 36 Dimensi Being left out .....                                              | 80 |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 37 Dimensi Missed experiences.....               | 81 |
| Tabel 4. 38 Dimensi Compulsion.....                       | 82 |
| Tabel 4. 39 Dimensi Activities .....                      | 83 |
| Tabel 4. 40 Dimensi Interest .....                        | 84 |
| Tabel 4. 41 Dimensi Opinions .....                        | 85 |
| Tabel 4. 42 Hasil Uji Normalitas .....                    | 86 |
| Tabel 4. 43 Tingkat Hubungan Korelasi .....               | 87 |
| Tabel 4. 44 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....             | 88 |
| Tabel 4. 45 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....       | 89 |
| Tabel 4. 46 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi $R^2$ ..... | 90 |
| Tabel 4. 47 Hasil Uji t.....                              | 91 |
| Tabel 4. 48 Hasil Uji F.....                              | 91 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....     | 103 |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Responden ..... | 109 |
| Lampiran 3. Hasil Uji Data SPSS 22 .....  | 117 |
| Lampiran 4. Curriculum Vitae .....        | 120 |

