

## Mengukur Lifestyle Gen Z dengan Literasi Media Digital

### *Measuring Gen Z Lifestyle with Digital Media Literacy*

**Salsabila Putri Ridhwan<sup>1</sup>, Andriansyah<sup>2</sup>, Pramudita Budi Rahayu<sup>3</sup>**

Universitas Islam Makassar, Makasar, Indonesia<sup>1</sup>

Universitas Islam Makassar, Makasar, Indonesia<sup>2</sup>

Universitas Islam Makassar, Makasar, Indonesia<sup>3</sup>

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Literasi Media Digital TikTok terhadap Gaya Hidup Gen-Z di Kota Makassar dan seberapa besar Pengaruh Literasi Media Digital TikTok terhadap Gaya Hidup Gen-Z di Kota Makassar? Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 orang yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 5%. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan, berdasarkan uji t (parsial) yang dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 11,870 > t tabel sebesar 2,249 dan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian hipotesis alternatif (Ha) diterima, sedangkan hipotesis nol (H0) ditolak. Variabel Literasi Media Digital TikTok memiliki hubungan sebesar 26,1% dengan variabel Gaya Hidup Gen-Z.

**Kata kunci:** Upaya Komunikasi<sup>1</sup>, Aparatur Pemerintah Desa<sup>2</sup>, Pelestarian Tradisi Ojhung<sup>3</sup>

#### **Abstract**

*This research aimed to find out a TikTok Digital Media Literacy Association for Gen-Z Lifestyle in Makassar City and how much does the TikTok Digital Media Literacy Association affect Gen-Z Lifestyle in Makassar City? The type of research used was quantitative research with data collection methods used, namely questionnaires, documentation and literature study. The sample in this study was 400 people, determined using the Slovin formula with a margin of error of 5%. The sampling technique used was simple random sampling. The research results showed that there was a positive and significant association, based on the t test (partial) carried out, the calculated t value is 11.870 > 2.249 t table and the sig value is 0.000 < 0.05. Therefore, the alternative hypothesis (Ha) was accepted, while the null hypothesis (H0) is rejected. The TikTok Digital Media Literacy variable had an association of 26.1% with the Gen-Z Lifestyle variable.*

**Keywords:** Digital Media Literacy<sup>1</sup>, TikTok, Lifestyle<sup>2</sup>, Gen-Z<sup>3</sup>

## PENDAHULUAN

Generasi pertama yang menjalani era internet secara keseluruhan adalah generasi Z. Berbeda dengan generasi sebelumnya, generasi Y yang mengalami transisi teknis menuju internet, generasi Z lahir pada masa ketika internet mulai digunakan secara luas. Sindrom ini menghasilkan ciri-ciri yang membuat orang lebih intelektual, mudah beradaptasi, dan toleran terhadap perbedaan budaya, orang yang sangat antusias terhadap kemajuan teknologi. Mereka mengambil bagian dalam jaringan yang berani dan terhubung secara global. Namun karena terbiasa membagikan segala aspek kehidupannya di media sosial, generasi ini cenderung menghargai kepuasan yang cepat dan kurang peduli dengan privasi (Research, 2011).

Banyak sekali generasi Z yang suka menggunakan platform media sosial ternama TikTok. TikTok, yang dikenal sebagai Douyin di China, merupakan sebuah platform media sosial yang memprioritaskan berbagi video singkat untuk menampilkan kreativitas, pengetahuan, dan momen-momen unik. Platform ini diciptakan ByteDance, sebuah perusahaan yang berdiri tahun 2012 di Beijing berbasis teknologi internet dan pemiliknya yaitu Zhang Yiming. TikTok pertama kali diperkenalkan di China dengan nama Douyin pada tahun 2016 dan kemudian diluncurkan secara global dengan nama TikTok pada tahun 2017 setelah menggabungkan diri dengan musical.ly, sebuah aplikasi lip sync (Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, 2021).

Media sosial yang kini merupakan salah satu platform paling populer diseluruh dunia yaitu TikTok. We Are Social merilis laporan pada April 2023, jumlah pemakai akun TikTok menggapai sekitar 1,09 miliar secara global. Negara dengan jumlah pamakai terbanyak diperoleh dari Amerika Serikat mencapai 116,49 juta pengguna pada April 2023, sedangkan Indonesia menempati posisi kedua dengan 112,97 juta pengguna (Hootsuite, 2023).

Mayoritas pengguna TikTok berusia di bawah 30 tahun, dengan kelompok usia 20-29 tahun menyumbang 35% dari total pengguna. Dengan persentase sebesar 28% dari total keseluruhan, kelompok usia 10 – 19 tahun merupakan kelompok terbesar kedua, diikuti oleh kelompok usia 30 – 39 tahun (18%) di peringkat ketiga. Pengguna TikTok yang berusia di atas 49 tahun mencakup 2,7% basis pengguna, dengan 16,3% pengguna berusia antara 40 dan 49 tahun. Hanya berdasarkan gender, perempuan mendominasi, terhitung 57% pengguna (Angelia, 2022).

Aplikasi di ponsel bisa digunakan untuk kebaikan dan keburukan, ibarat pisau yang mempunyai dua sisi. TikTok adalah aplikasi yang sangat populer sehingga banyak pengguna sekarang menganggapnya penting. Pengguna TikTok dari generasi Z dapat memanfaatkannya secara konstruktif untuk berbagai informasi dan bakat melalui media online. Namun sayangnya,

perangkat lunak ini juga dapat digunakan untuk tujuan yang buruk, termasuk menyebarkan informasi palsu atau bahkan berfungsi sebagai sarana untuk kegiatan ilegal seperti prostitusi, penipuan, perampokan, penjualan narkoba, spionase dan kegiatan bahaya lainnya yang mungkin berdampak negatif terhadap cara hidup generasi Z (Purwasih, 2023).

Menurut Paul Gilster dalam karyanya yang berjudul “Digital Literacy”, kapasitas untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital disebut dengan literasi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya mencakup pemahaman dan penerapan informasi tetapi juga perolehan pengetahuan melalui kemampuan teknis, fisik, sosial dan emosional (Gilster, 1997).

Tiga jenis proses kognitif yang terkait dengan penggunaan media dan teknologi digital meliputi menemukan dan mengonsumsi materi digital, menghasilkan atau memproduksi konten digital dan menyampaikan konten digital. Menemukan dan mengonsumsi materi digital mengacu pada kemampuan mencari, memahami, dan menggunakan konten digital secara online. Menemukan dan menganalisis informasi adalah bagian penting dalam penggunaan internet secara efisien. Kemampuan menggunakan media dan teknologi digital dan menciptakan barang digital berkualitas tinggi yang bermanfaat bagi konsumen atau pengguna disebut dengan pembuatan konten digital (Paul, 2005).

Menurut Kotler definisi lifestyle bahwa gaya hidup individu tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini. Dengan merangkum definisi-definisi tersebut, Ada kemungkinan bahwa gaya hidup adalah pola hidup yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapat seseorang tentang cara mereka mengelola uang dan waktu mereka. Gaya hidup dapat tercermin dalam berbagai aspek, seperti cara berpakaian, tempat-tempat yang sering mereka kunjungi, kebiasaan, dan lain sebagainya. Setiap individu memiliki perbedaan pandangan, minat, dan kebiasaan yang membentuk dasar untuk mengelompokkan atau mengklasifikasikan gaya hidup (Kotler, 2006).

Karena generasi Z diharapkan menjadi generasi terdepan di masa depan, penggunaan aplikasi TikTok semakin populer sehingga menjadikan topik ini penting untuk dipelajari. Melalui penelitian ini, kami berharap dapat memperoleh wawasan lebih jauh mengenai bagaimana aplikasi TikTok memengaruhi pilihan lifestyle dan perilaku serta bagaimana generasi Z di Kota Makassar berpikir, bertindak, dan mengambil keputusan sehari-hari. Hasil penelitian ini juga dapat dibandingkan dengan penelitian serupa yang dilakukan di tempat lain dengan kelompok umur berbeda dan digunakan sebagai panduan untuk penelitian selanjutnya.

## METODE

Pendekatan penelitian ini menggunakan kuantitatif yang secara rinci menjelaskan dan menganalisis hubungan antar jenis variabel melalui suatu hipotesis atau jawaban sementara (Sugiyono, 2003).

Populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk diselidiki dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik bahwa sekitar 27,94% penduduk generasi Z dan jumlah penduduk Kota Makassar pada tahun 2023 terdapat 401.393 jiwa. Dimana peneliti menarik kesimpulan tersebut dari jumlah penduduk Kota Makassar 2023 sebanyak  $1.436.626 \times 27,94\% = 401.393$  penduduk generasi Z di Kota Makassar (Badan Pusat Statistik, 2023).

Pengumpulan sampel dengan menggunakan metode *simple random sampling* karena anggota sampel dipilih secara acak dari populasi tanpa mempertimbangkan strata populasi (Sugiyono, 2017).

Menentukan ukuran sampel dengan menggunakan rumus *slovin* dianggap mampu mewakili seluruh populasi, sebagaimana dijelaskan oleh (Sugiyono, 2017). Rumus tersebut adalah sebagai berikut :

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

Berdasarkan ukuran sampel tersebut tingkat kelonggaran ketidaktelitian sebesar 5%, diperoleh sampel sebesar :

$$n = \frac{401.393}{1 + 401.393(0,05)^2} = 399,60$$

Jumlah sampel yang didapatkan sebesar 399,60 orang. Peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 400 orang. Dimana sampel adalah separuh yang mewakili total populasi.

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu memakai kuesioner (angket) dengan memakai bantuan *googleform*. Skala pengukuran yang digunakan peneliti adalah Skala Binary. Binary adalah jenis atribut yang hanya menyediakan nilai boolean, yang berisi 2 kemungkinan mutlak, seperti ya atau tidak.

### Variabel Penelitian

- Variabel x (independen atau bebas) yaitu literasi media digital TikTok yang memiliki potensi untuk mengasosiasi atau menjadi penyebab perubahan atau kemunculan *lifestyle* generasi Z (Sugiyono, 2018).
- Variabel y (dependen atau terikat) yaitu *lifestyle* generasi Z adalah variabel yang diasosiasi atau yang menjadi akibat dengan adanya variabel literasi media digital TikTok (Sugiyono, 2018).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 23 dengan beberapa pengujian diantaranya :

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Regresi Linear Sederhana
4. Uji Koefisien Determinasi
5. Uji T (Parsial)

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar selama bulan Januari - Februari 2024 kepada Gen-Z yang menggunakan aplikasi TikTok di Kota Makassar.

#### 1. Uji Validitas

Suatu instrumen untuk menentukan valid tidaknya dinilai dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Apabila :

- a.  $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$
- b.  $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$

Penggunaan rumus korelasi *product moment* dapat digunakan untuk mengidentifikasi hubungan dan menguji hipotesis tentang korelasi antara dua variabel, terutama jika data dari kedua variabel tersebut memiliki identitas yang sama.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Literasi Media Digital TikTok (X)

o. Item	hitung	tabel	Keter	
			angan	asil
1	,568	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
2	,631	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
3	,546	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
4	,625	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
5	,344	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
6	,429	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
7	,145	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
8	,660	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
9	,613	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
10	,346	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
11	,344	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid

Sumber: SPSS 23 (diolah)

Tabel diatas menunjukkan setiap variabel korelasi antara indikator dinyatakan hasilnya valid. Dengan taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan  $n = 400$  diperoleh  $r_{tabel} = 0,098$ , maka  $r_{hitung}$  semua variabel penelitian  $> 0,098$ . Kesimpulannya yaitu setiap variabel penelitian yang berkaitan dengan literasi media digital TikTok (X) sebagai alat penelitian semua dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel  
*Lifestyle Gen-Z (Y)*

o. Item	hitung	tabel	Keter	
			angan	asil
1	,460	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
2	,413	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
3	,706	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
4	,695	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
5	,589	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
6	,455	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
7	,324	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid
8	,398	,098	$r_{hitung} > r_{tabel}$	alid

Sumber: SPSS 23 (diolah)

Tabel diatas menunjukkan korelasi antara masing-masing indikator dan setiap variabel yang menunjukkan hasil valid. Dengan taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan  $n = 400$  diperoleh  $r_{tabel} = 0,098$ , maka  $r_{hitung}$  semua variabel penelitian  $> 0,098$ . Secara keseluruhan, variabel penelitian *lifestyle* generasi Z (Y) adalah instrumen yang sah untuk digunakan dalam mengukur data variabel.

## 2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, reliabilitas instrumen diuji dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach's*. Dengan nilai *Alpha Cronbach's*  $> 0,60$ , kuesioner dianggap memiliki reliabilitas yang baik.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel Literasi Media Digital TikTok (X)

Reliability Statistics		
Cronbac		N of
h's Alpha	Items	
.685		11

Dari data uji reliabilitas diatas, ditemukan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,674 yang melebihi batas 0,60. Kesimpulannya, semua sebelas item atau pertanyaan dalam variabel x pada angket dianggap reliabel atau konsisten.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel

Lifestyle Gen-Z (Y)	
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.593	8

Dari data uji reliabilitas diatas, didapati bahwa nilai *alpha* untuk item ke-8 atau semua item dari variabel y adalah 0,593.

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Deleted	Scale Variance if Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Deleted
1	7.82	1.490	.149	.624
2	7.06	1.681	.296	.571
3	7.86	1.217	.489	.483
4	7.92	1.277	.501	.484
5	7.93	1.394	.365	.536
6	7.96	1.545	.227	.580
7	8.03	1.696	.156	.593
8	8.06	1.683	.275	.573

Untuk meningkatkan nilai *Cronbach's Alpha*, peneliti menggunakan teknik "*Cronbach's Alpha if Item Delete*" untuk mengevaluasi apakah ada item yang jika dihapus dapat meningkatkan nilai *alpha*. Peneliti menemukan bahwa *Cronbach's Alpha if Item Delete* pada item 1 sangat tinggi yaitu 0,624 dibandingkan item lainnya. Dengan menghapus item 1, nilai *Cronbach's Alpha* dapat ditingkatkan.

Tabel 5. Uji Reabilitas Variabel *Lifestyle Gen-Z (Y)*  
Menggunakan *Cronbach's Alpha if Item Delete*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.624	7

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, ditemukan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,624, yang melebihi batas 0,60. Kesimpulannya, hanya tujuh item dari variabel y atau pertanyaan dalam angket yang dianggap reliabel atau konsisten setelah item 1 dihapus. Untuk pengujian selanjutnya peneliti mengeluarkan item 1, karena dianggap tidak reliabel pada penelitian ini.

### 3. Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui seberapa besar asosiasi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) peneliti menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana. Berikut ini hasil dari analisis regresi linear sederhana.

Tabel 6. Output 1 “Model Summary”  
Model Summary

Model	Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	511 <sup>a</sup>	.261	1.60050

a. Predictors: (Constant), Literasi Media Digital Tiktok

Tabel 7. Output 2 “ANOVA”  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155.400	1	155.400	14.0887	.000 <sup>b</sup>
	Residual	438.998	39	1.103		
	Total	594.397	40			

a. Dependent Variable: Lifestyle Gen-z

b. Predictors: (Constant), Literasi Media Digital Tiktok

Tabel 8. Output 3 “Coefficients”  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	3.862		1.435	.000
	Literasi Media Digital Tiktok	.304	.511	1.870	.000

a. Dependent Variable: Lifestyle Gen-z

Persamaan regresinya dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,862 + 0,304X$$

Penjelasan :

1. Konstanta (a) sebesar 3,862, Artinya apabila literasi media digital tiktok sebesar 0, maka *lifestyle* generasi Z adalah sebesar 3,862.
2. Koefisien regresi (b) sebesar 0,304 menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar 1% dalam nilai literasi media digital Tiktok akan diikuti dengan peningkatan sebesar 0,304 pada nilai *lifestyle* generasi Z. Koefisien regresi ini bersifat positif, menandakan bahwa arah asosiasi variabel x terhadap y adalah positif.



3. Tanda (+) menunjukkan bahwa jika variabel literasi media digital TikTok meningkat maka variabel *lifestyle* generasi Z juga akan meningkat.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengindikasikan sejauh mana variabel literasi media digital TikTok (X) berasosiasi terhadap variabel *lifestyle* generasi Z (Y), dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

Dari tabel 6 analisis regresi yang terlampir, dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,261. Ini berarti bahwa sekitar 26,1% dari variabel pada *lifestyle* generasi Z dapat dijelaskan oleh literasi media digital TikTok, sementara 73,9% sisanya diasosiasi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### 5. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) hasil perhitungan ini membandingkan t tabel dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 (5%). Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1)  $H_0$  diterima jika nilai t hitung < t tabel atau nilai sig >  $\alpha$
- 2)  $H_0$  ditolak jika nilai t hitung > t tabel atau nilai sig <  $\alpha$

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah :

$H_0$  : Tidak terdapat asosiasi yang signifikan dari literasi media digital tiktok terhadap *lifestyle* generasi Z di Kota Makassar.

$H_a$  : Terdapat asosiasi yang signifikan dari literasi media digital tiktok terhadap *lifestyle* generasi Z di Kota Makassar.

Pada analisis uji t (parsial), ditemukan bahwa nilai t hitung untuk variabel literasi media digital TikTok (X) adalah sebesar 11,870. Selanjutnya, nilai t tabel dengan tingkat signifikansi 0,025 dan derajat kebebasan ( $n-k-1$ ) = (0,025; 398) adalah 2,249915. Dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel (11,870 > 2,249915),  $H_0$  ditolak, yang berarti terdapat asosiasi signifikan dari literasi media digital TikTok terhadap gaya hidup generasi Z.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data penelitian dari 400 responden, ditemukan bahwa mayoritas pengguna TikTok di antara generasi Z berusia 19-23 tahun, mencapai 65,8%, dengan sebagian besar di antaranya adalah perempuan. Asosiasi besar

dari perkembangan teknologi dan arus informasi yang cepat melalui internet mencirikan gaya hidup generasi Z. Mereka lebih suka berkomunikasi melalui smartphone atau gadget mereka, mengakses beragam informasi dari seluruh dunia melalui internet, bermain game, bahkan melakukan pembelian secara online menggunakan perangkat gadget. Seperti dalam penelitian ini membuktikan sebanyak 73% melakukan aktivitas bermain game dan 77% berpartisipasi dalam aplikasi TikTok setiap hari.

Menurut (Gilster, 1997) literasi digital merujuk pada kemampuan seseorang untuk memahami dan menggunakan informasi yang berasal dari berbagai sumber digital. Dalam konteks penelitian ini, ditemukan bahwa individu dengan kemampuan komunikasi digital mencapai 84,5% dalam berbicara dan 75,3% dalam penulisan, terutama melalui media digital dalam proses pembuatan konten. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya mencakup pemahaman dan penggunaan informasi tetapi juga melibatkan akses terhadap informasi melalui keterampilan teknis, motorik, sosial, dan emosional. Lebih lanjut, penelitian ini mengungkapkan bahwa sebanyak 93% individu memiliki kemampuan untuk menganalisis dan mengevaluasi informasi digital dengan bijaksana.

Kementrian Komunikasi dan Informasi (KOMINFO), Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi), dan GNLD Siberkreasi Kementrian Komunikasi dan Informasi (KOMINFO), Jaringan Penggiat Literasi Digital (Japelidi), dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi (GNLD) membuat rangkaian Modul Literasi Digital. Terdiri dari empat pilar utama literasi digital, seri modul ini terdiri dari empat nilai literasi digital: keterampilan bermedia digital, budaya bermedia digital, etika bermedia digital, dan keamanan bermedia digital. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penelitian sebanyak 74,5% yang memiliki kemampuan visual seperti desain grafis, fotografi dan videografi, 83,5% membagikan informasi yang akurat dan transparan, dan 92,3% melakukan pengaturan privasi yang tepat dalam rangka melindungi informasi pribadi.

Demikian pula, Kotler memberikan definisi lifestyle bahwa gaya hidup individu tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini (Kotler, 2002). Pada penelitian ini bahwa 82,8% individu senang menghabiskan waktu di dalam ruangan dan terlibat dalam kegiatan aplikasi tiktok, 87% individu yang

berpartisipasi dalam komunitas online sesuai minatnya, dan 94% individu yang dapat menilai opini yang akan memberikan dampak terhadap gaya hidup.

Pada analisis regresi bahwa konstanta (a) yang artinya garis mulai. Bahwa jika tidak ada literasi media digital TikTok (X) maka nilai lifestyle generasi Z sebesar 3,862. Koefisien regresi (b), dimana lifestyle generasi Z dengan adanya literasi media digital TikTok maka naik sebesar 0,304.

Berdasarkan tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) Apakah terdapat asosiasi literasi media digital TikTok terhadap lifestyle generasi Z di Kota Makassar? (2) Berapa besar asosiasi literasi media digital tiktok terhadap lifestyle generasi Z di Kota Makassar? Maka (1) Hasil penelitian ini bahwa telah ditemukan asosiasi, yang dibuktikan dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel literasi media digital TikTok (X) memiliki asosiasi yang signifikan terhadap variabel lifestyle generasi Z (Y), dengan nilai t hitung ( $11,870 > t \text{ tabel } (2,249)$ ), dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yaitu yang berarti literasi media digital TikTok (X) berasosiasi positif dan signifikan terhadap lifestyle generasi Z di Kota Makassar. Dikatakan berasosiasi positif sebab literasi media digital TikTok memiliki hubungan yang searah dengan lifestyle generasi Z sehingga, apabila semakin baik literasi media digital TikTok seseorang maka kemungkinan lifestyle generasi Z akan semakin baik pula.

Kemudian, (2) Besar sumbangsih variabel literasi media digital TikTok terhadap gaya hidup generasi Z sebesar 26,1%. Artinya, sekitar 26,1% variabel dalam gaya hidup generasi Z dapat dijelaskan oleh variabel literasi media digital TikTok. Sementara itu, sekitar 73,9% kemungkinan diasosiasi variabel lain yang juga berperan dalam membentuk lifestyle generasi Z, seperti asosiasi keluarga, lingkungan sosial, pendidikan, dan nilai-nilai budaya. Bisa juga karena generasi Z sangat terpapar oleh berbagai platform media digital selain TikTok, seperti Instagram, YouTube dan lainnya. Mereka juga cenderung sangat terasosiasi oleh sekitarnya, jika teman-teman mereka aktif menggunakan TikTok, itu dapat menjadi faktor asosiasi yang signifikan terhadap lifestyle mereka. Preferensi dan trend dalam media digital dapat berubah dengan cepat, literasi media digital TikTok mungkin hanya mencerminkan trend tertentu pada saat penelitian dilakukan, sementara lifestyle generasi Z bisa saja berubah sejak itu.

Dalam penelitian ini hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang berarti terdapat asosiasi yang signifikan dari literasi media digital TikTok terhadap lifestyle generasi Z di Kota Makassar. Penelitian ini didukung oleh (Ambar Kuswati, 2021). Ambar menemukan hubungan antara akhlakul karimah remaja di Desa Bunton Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap pada tahun 2021 dan penggunaan media sosial TikTok. Hasilnya menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dengan P-value (0.000) kurang dari Sig (0.05), yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara penggunaan media sosial TikTok dan akhlakul karimah remaja di Desa Bunton Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap pada tahun 2021.

Adapun dukungan lain dari hasil penelitian mengenai asosiasi aplikasi sosial media TikTok terhadap lifestyle generasi z terdapat adanya asosiasi signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khansa Putri, 2022) yang berjudul "Asosiasi Literasi Sosial Media Tiktok terhadap Gaya Hidup Remaja" Berdasarkan hasil analisis bivariat yang dilakukan dapat diketahui, bahwa nilai signifikansi di dapat sebesar  $0,000 < 0,05$ , hal ini berarti sosial media TikTok memiliki asosiasi yang signifikan juga terhadap gaya hidup remaja yang dimana pada penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta.

Namun penelitian yang dilakukan oleh (Mawara, 2023) tidak sejalan dengan penelitian ini. Dalam penelitiannya, Mawara menginterpretasikan faktor-faktor yang menyebabkan tingginya minat literasi generasi post millennial Indonesia terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Hasil uji Chi-Square di yang sudah dilakukan menyatakan bahwa nilai Asymp. Sig (2-sided) nya berjumlah 0.845 yang berarti lebih besar dari 0.05. Hal ini menandakan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga Mawara dalam penelitiannya menyimpulkan tidak ada hubungan antara lama penggunaan TikTok dengan peningkatan kreativitas dan literasi pengguna aplikasi sosial media TikTok.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bermaksud untuk melihat apakah terdapat asosiasi dan seberapa besar asosiasi literasi media digital TikTok terhadap lifestyle generasi Z di Kota Makassar dan pengolahan data menggunakan regresi linear sederhana pada SPSS versi 23, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Berdasarkan uji t (parsial) yang dilakukan, ditemukan bahwa variabel literasi media digital TikTok (X) memiliki asosiasi positif dan signifikan terhadap lifestyle generasi Z. Hal ini diperkuat oleh nilai t hitung sebesar 11,870, yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,249, dan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang kurang dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (Ha) diterima, sedangkan hipotesis nol (H0) ditolak.
- Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel x dalam penelitian ini, yaitu literasi media digital TikTok, berasosiasi signifikan terhadap lifestyle generasi Z dengan nilai (R<sup>2</sup>) sebesar 0,261. Artinya, variabel literasi media digital TikTok mampu menjelaskan sekitar 26,1% variabel dalam lifestyle generasi Z, sementara sisanya, sebesar 73,9% kemungkinan diasosiasi variabel lain yang juga berperan dalam membentuk lifestyle generasi Z, seperti asosiasi keluarga, lingkungan sosial, pendidikan, dan nilai-nilai budaya. Bisa juga karena generasi Z sangat terpapar oleh berbagai platform media digital selain TikTok, seperti Instagram, YouTube dan lainnya. Mereka juga cenderung sangat terasosiasi oleh sekitarnya, jika teman-teman mereka aktif menggunakan TikTok, itu dapat menjadi faktor asosiasi yang signifikan terhadap lifestyle mereka. Preferensi dan trend dalam media digital dapat berubah dengan cepat, literasi media digital TikTok mungkin hanya mencerminkan trend tertentu pada saat penelitian dilakukan, sementara lifestyle generasi Z bisa saja berubah sejak itu.

## REFERENSI

- Ambar Kuswati. (2021). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Akhlakul Karimah Remaja Di Desa Bunton Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap Tahun 2021. Institut Agama Islam Imam Ghozali Cilacap.
- Angelia, D. (2022). Rajai Jumlah Unduhan Terbanyak, Bagaimana Statistik TikTok? Goodstats. <https://goodstats.id/article/raiai-jumlah-unduhan-terbanyak-bagaimana-statistik-tiktok-ASDfx>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten / Kota (Jiwa) 2021-2023. Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, Diakses pada 20 Desember 2023. <https://sulsel.bps.go.id/indicator/12/83/1/jumlah-penduduk.html>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley Computer Pub.
- Hootsuite, W. A. S. (2023). Digital 2023 Indonesia. Diakses pada 20 Desember 2023. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup

- Remaja. Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1), 133–141.  
<https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3939>
- Kotler, P. (2006). Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mawara, R. E. (2023). Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa Prodi Ppkn. Phinisi Integration Review, 6(2), 344.  
<https://doi.org/10.26858/pir.v6i2.48058>
- Paul, C. M. (2005). Encyclopedia of information science and technology. Choice Reviews Online, 43(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.5860/choice.43-0002>
- Purwasih, Y. (2023). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Degradasi Moral Pada Siswa Sekolah Dasar Di Era Digital. Correspondencias & Análisis, 1(15018), 1–23.
- Research, G. (2011). Consumers of Tomorrow Insights and Observations About Generation Z.
- Sugiyono. (2003). Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabet