

**PENGARUH KONTEN PADA *PLATFORM* MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM, LEMON8 DAN TIKTOK TERHADAP *LIFESTYLE*
MAHASISWA
(Studi Kasus Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**MUTIARA KURNIAWATI
NIM. 2017201146**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF.K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mutiara Kurniawati
NIM : 2017201146
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Pada Platform Media Sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok Terhadap *Lifestyle* Pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa di Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 25 Maret 2025

Saya yang menyatakan



Mutiara Kurniawati

NIM. 2017201146

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KONTEN PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM,
LEMONS DAN TIKTOK TERHADAP LIFESTYLE MAHASISWA (STUDI
KASUS MAHASISWA DI PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Mutiara Kurniawati NIM 2017201146** Program Studi **S-1
Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari
Kamis, 13 Maret 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Parno, S.E., M.Si.

NIP. 19771128 201101 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.

NIDN. 2016068203

Pembimbing Penguji

Safrina Muarifah, S.E., M.Si.

NIP. 19921230 201903 2 026

Purwokerto, 13 Maret 2025

Mengesahkan

Dekan,



Dr. H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19500221 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Mutiara Kurniawati NIM. 2017201146 yang berjudul :

**PENGARUH KONTEN PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM, LEMON8 DAN TIKTOK TERHADAP *LIFESTYLE*
PADA MAHASISWA (STUDI KASUS MAHASISWA DI
PURWOKERTO)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh Gelar Sarjana dan Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu`alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 9 Januari 2024

Pembimbing

Safrina Muarriifah, S.E., M.Si

NIP. 19921230 201903 2 026

MOTTO

“Hidup adalah perjuangan”

-Mutiara Kurniawati-

“Perbanyaklah mengingat Allah, karena itu adalah obat. Janganlah buat dirimu terlalu banyak mengingat manusia, karena itu adalah penyakit”

-Ummar Bin Khattab



PENGARUH KONTEN PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, LEMON8 DAN TIKTOK TERHADAP *LIFESTYLE* PADA MAHASISWA (STUDI KASUS MAHASISWA DI PURWOKERTO)

Oleh : Mutiara Kurniawati

NIM. 2017201146

Email : mutiarakurniawati10@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan terhadap pola komunikasi dan gaya hidup generasi muda, khususnya mahasiswa. Berdasarkan teori *Uses and Effects* serta *Social Learning Theory*, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten pada platform media sosial Instagram, Lemon8, dan TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto. *Teori Uses and Effects* menjelaskan bahwa mahasiswa secara aktif memilih konten yang sesuai dengan kebutuhannya, sementara *Social Learning Theory* menyoroti bahwa mereka juga meniru perilaku dan gaya hidup yang diamati dari figur di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *proportionate stratified random sampling*, melibatkan 100 responden dari empat perguruan tinggi di Purwokerto: UIN Saizu, UNSOED, UMP, dan AMIKOM. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 30.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten pada ketiga platform media sosial berpengaruh positif terhadap gaya hidup mahasiswa. Instagram berperan besar dalam membentuk gaya visual dan *fashion*; Lemon8 berkontribusi dalam mempengaruhi keputusan konsumsi; dan TikTok mendorong keterlibatan mahasiswa dalam tren viral. Meskipun media sosial memberikan inspirasi positif seperti pola hidup sehat dan kesadaran sosial, terdapat pula dampak negatif berupa tekanan mengikuti tren dan perbandingan sosial.

Penelitian ini merekomendasikan perlunya literasi digital untuk mengoptimalkan manfaat media sosial serta penelitian lanjutan yang memasukkan variabel mediasi atau moderasi untuk mengidentifikasi pengaruh yang lebih kompleks terhadap gaya hidup mahasiswa.

Kata kunci : Instagram, Lemon8, TikTok, *Lifestyle*, Mahasiswa, Media Sosial, Uses and Effect, Social Learning

**THE INFLUENCE OF CONTENT ON THE SOCIAL MEDIA
PLATFORMS INSTAGRAM, LEMON8 AND TIKTOK ON *LIFESTYLE* IN
STUDENTS (CASE STUDY OF STUDENTS IN PURWOKERTO)**

By : Mutiara Kurniawati

NIM. 2017201146

Email : mutiarakurniawati10@gmail.com

ABSTRAC

The development of social media has brought significant changes to the communication patterns and lifestyles of young generations, particularly students. Based on the Uses and Effects theory and Social Learning Theory, this study aims to analyze the influence of content on social media platforms Instagram, Lemon8, and TikTok on the lifestyles of students in Purwokerto. The Uses and Effects theory explains that students actively choose content that suits their needs, while Social Learning Theory highlights that they also imitate behaviors and lifestyles observed from figures on social media.

This research uses a quantitative approach with proportionate stratified random sampling, involving 100 respondents from four universities in Purwokerto: UIN Saizu, UNSOED, UMP, and AMIKOM. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS version 30.

The results of the study indicate that content on the three social media platforms has a positive influence on students' lifestyles. Instagram plays a major role in shaping visual and fashion styles; Lemon8 contributes to influencing consumption decisions; and TikTok encourages students' engagement in viral trends. Although social media provides positive inspiration such as healthy living patterns and social awareness, there are also negative impacts in the form of pressure to follow trends and social comparisons.

This study recommends the necessity of digital literacy to optimize the benefits of social media, as well as further research that includes mediating or moderating variables to identify more complex influences on students' lifestyles.

Keywords: *Instagram, Lemon8, TikTok, Lifestyle, Students, Social Media, Uses and Effects, Social Learning.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158/1987 dan Nomor : 0643/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	sa	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	<u>H</u>	Ha (dengan garis dibawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	<u>Z</u>	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	<u>S</u>	Es (dengan garis di bawah)
ض	ḍ'ad	<u>D</u>	De (dengan garis dibawah)
ط	<u>Ta</u>	<u>T</u>	Te (dengan garis di bawah)
ظ	<u>za</u>	<u>Z</u>	Zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	Koma terballik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	“	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak dapat diterapkan pada kata-kata Arab yang telah diadopsi ke dalam bahasa Indonesia, seperti Zakat, Doa, dan sebagainya, kecuali jika diinginkan pengucapan aslinya.).

- a. Bila diikuti dengan kata sambung “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h

b. كرام ةالولياء	c. Ditulis	d. <i>Karâmah al-auliyâ’</i>
------------------	------------	------------------------------

- e. Bila ta’marbutah hidup atau dengan harokat, fathah atau dammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakât al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

B. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U

C. Vokal Panjang

1.	Fathah + Alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	<i>Jâhiliyah</i>
2.	Fathah + ya” mati	Ditulis	A
	تَنَسَّى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya” mati	Ditulis	I
	كَرِيم	Ditulis	<i>Karîm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فُرُود	Ditulis	<i>Furûd</i>

D. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya” mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

E. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

النتم	Ditulis	<i>a”antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u”iddat</i>

F. Kata Sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyah

القياس	Ditulis	<i>Al-qiyâs</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf l (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>As-samâ</i>
--------	---------	----------------

G. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذو الفرود	Ditulis	<i>Zawî al-furûd</i>
-----------	---------	----------------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur kehadiran Allah Swt. yang senantiasa melimpahkan karunia dan rahmat-Nya. Sholawat salam senantiasa terpanjatkan kepada Nabi besar Muhammad saw. yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang cemerlang ini. Kita selalu mengharapkan syafaat-Nya di hari akhir nanti. Untuk menyelesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Suwito, M. Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag. Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Dr. H. Ahmad Faozan, Lc., M.A., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, S.E., S.P., M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas

- Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dr. H. Sochim, Lc., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
 11. Saffrina Muarrifah, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala arahan, bimbingan, masukan, motivasi, keikhlasan waktu dan pikiran demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan perlindungan dan membalas segala kebaikan ibu.
 12. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
 13. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis
 14. Untuk diri saya sendiri, Mutiara Kurniawati terima kasih telah mampu kooperatif dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih karena selalu berpikir positif Ketika keadaan sempat tidak berpihak dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.
 15. Kedua orang tua saya, kakak serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
 16. Teman teman Ekonomi Syariah D 2020 yang telah bersama dalam proses perkuliahan.
 17. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan Septi Utami, Septia Wahyu, Salsabila Azzahra, Lailatul Nuzulul Rokhmah dan Mutiah yang telah mensupport dalam pengerjaan skripsi ini.
 18. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan Salma Dhiya Muna Syifa, Shofie Alysia Permata Sari dan Ragil Suci Ramadhona yang telah kebersamai dalam perjuangan skripsi ini.
 19. Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah

membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga Allah membalas kebaikan kalian semua. *Amiin*.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritikan yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk penulis dan pembaca.

Purwokerto, 25 Maret 2025

Peneliti,

Mutiara Kurniawati

NIM. 2017201146



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAC	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. <i>Grand Theory</i>	8
B. Landasan Teologis.....	11
C. Kajian Pustaka.....	15
D. Kajian Teori	18
1. Gaya hidup dalam Perspektif Sosial dan Media	18
E. Kerangka Penelitian	33
F. Rumusan Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel Penelitian	39

D. Variabel Dan Indikator Penelitian.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Analisis Data Penelitian.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Wilayah Purwokerto	56
B. Karakteristik Responden.....	62
3. Uji Asumsi Klasik.....	71
2. Uji Multikolinearitas	73
3. Uji Heteroskedasitas (Uji Park).....	75
2. Uji simultan uji F.....	77
3. Uji koefisien determinasi R^2	78
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
D. Pembahasan dan Hasil Penelitian	81
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	94
Daftar Riwayat Hidup.....	150

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahu.....	15
Tabel 3. 1 Daftar Jumlah Mahaisiswa UIN SAIZU,UNSOED, UMP dan AMIKOM	40
Tabel 3. 2 Penerapan Rumus Proporsional Stratified Random Sampling	41
Tabel 3. 3 Indikator	42
Tabel 4. 1 Hasil Jawaban Kuisisioner yang Disebar	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	63
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas	65
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu yang Dhabiskan dalam Menggunakan Media Sosial	66
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan Perbulan	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Instagram	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Lemon8	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel TikTok	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i>	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Statistik Kolmogorov Smirnov	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hetersokedasitas	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji F Simultan	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Sosial Terpopuler di Indonesia Tahunh 2024.....	4
Gambar 2. 1 Tampilan TikTok Saat Log In	28
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir Penelitian	33
Gambar 4. 1 Logo UIN K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto	59
Gambar 4. 2 Logo Universitas Negeri Jenderal Soedirman.....	60
Gambar 4. 3 Logo Universitas Muhammadiyah Purwokerto.....	61
Gambar 4. 4 Logo Universitas AMIKOM Purwokerto	62



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUISIONER PENELITIAN
LAMPIRAN 2	TABULASI DATA ORDINAL
LAMPIRAN 3	TABULASI DATA INTERVAL
LAMPIRAN 4	HASIL UJI VALIDITAS
LAMPIRAN 5	HASIL UJI RELIABILITAS
LAMPIRAN 6	HASIL UJI ASUMSI KLASIK
LAMPIRAN 7	HASIL UJI ANALISIS DATA
LAMPIRAN 8	HASIL UJI HIPOTESIS
LAMPIRAN 9	r TABEL
LAMPIRAN 10	t TABEL
LAMPIRAN 11	F TABEL
LAMPIRAN 12	DOKUMENTASI PENELITIAN
LAMPIRAN 13	SURAT IZIN OBSERVASI
LAMPIRAN 14	SURAT IZIN RISET
LAMPIRAN 15	DAFTAR RIWAYAT HIDUP



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tidak bisa disangkal bahwa kemajuan teknologi saat ini memiliki peran dalam kehidupan sehari-hari. Terutama di dalam bidang informasi, semua orang kini sangat membutuhkannya untuk menunjang berbagai aktivitas. Kemunculan internet dan media sosial merupakan bukti nyata dari kemajuan teknologi saat ini (Pujiyanti & Ningsih, 2021). Media sosial memungkinkan seseorang untuk mengatasi perbedaan jarak dan waktu serta mempererat hubungan sosial. Alat komunikasi berbasis internet kini digunakan untuk berkomunikasi dalam urusan pekerjaan maupun pribadi, menggantikan metode komunikasi lama seperti surat menyurat dengan media komunikasi yang lebih modern. Media sosial dapat mengubah interaksi komunikasi dari dunia nyata menjadi dunia maya. Oleh karena itu, teknologi layak dianggap mampu mendekatkan yang jauh dan yang dekat (Farida & Faozan, 2022)

Di era digital yang berkembang pesat, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda seperti mahasiswa. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Lemon8 menawarkan berbagai konten yang menarik, mulai dari hiburan, informasi, hingga tren gaya hidup. Konten-konten ini memiliki potensi besar untuk mempengaruhi persepsi, perilaku, dan gaya hidup mahasiswa. Pengalaman hidup juga berubah dan sekarang masyarakat tidak bisa lepas dari penggunaan *smartphone* (Tewal et al., 2018). Hal ini sesuai dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79%.

Sementara dari segi umur, orang yang berselancar di dunia maya ini mayoritas adalah Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34%. Lalu, berusia

generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%. Kemudian berikutnya Gen X (kelahiran 1965-1980) sebanyak 18,98%. Post Gen Z (kelahiran kurang dari 2023) sebanyak 9,17%, baby boomers (kelahiran 1946-1964) sebanyak 6,58% dan pre boomer (kelahiran 1945) sebanyak 0,24%.

Dengan semakin banyaknya media sosial, seseorang dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi dari beragam sumber. Informasi dari berbagai sumber inilah yang membuat mahasiswa mudah terpengaruh gaya hidup yang semakin modern (Haryono & Panuntun, 2019). Salah satu pengaruh utama media sosial adalah dalam membentuk tren dan preferensi gaya hidup. Mahasiswa seringkali terinspirasi oleh gaya hidup yang ditampilkan oleh selebriti, influencer, dan teman-teman mereka di media sosial. Hal ini dapat memengaruhi pilihan mereka dalam hal fashion, makanan, aktivitas rekreasi, dan bahkan nilai-nilai yang mereka anut. Selain itu, media sosial juga menjadi sumber informasi dan rekomendasi yang penting bagi mahasiswa. Mereka menggunakan platform ini untuk mencari ulasan produk, tips kecantikan, tempat makan, dan informasi lainnya yang relevan dengan gaya hidup mereka.

Gaya hidup adalah bagian dari keperluan sekunder manusia yang bisa berubah seiring waktu dan tergantung pada preferensi individu untuk mengubahnya. (Laana & Sukri, 2022). Dalam hal ini, Instagram, sebagai platform media sosial berbasis visual, memiliki pengaruh yang kuat terhadap gaya hidup mahasiswa melalui berbagai cara. Pertama, Instagram menjadi sumber utama inspirasi dan tren, di mana mahasiswa menemukan ide-ide baru tentang fashion, makanan, perjalanan, dan aktivitas sosial. Mereka terpengaruh oleh gaya hidup yang ditampilkan oleh selebriti, influencer, dan teman-teman mereka, yang seringkali menciptakan keinginan untuk meniru atau mengadopsi elemen-elemen tersebut.

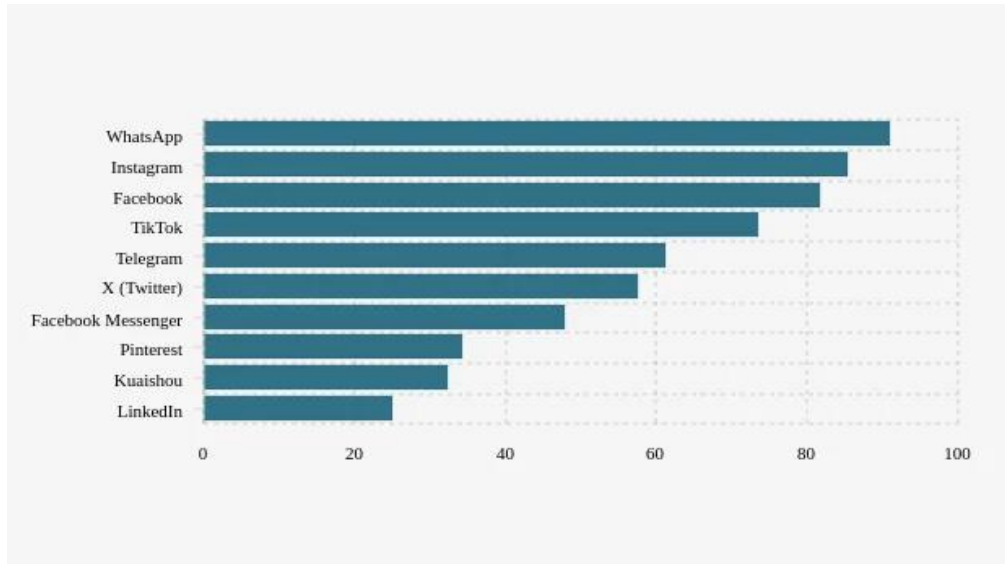
Menurut Ahmadi dan Hermawan (2013) internet ialah jejaring komunikasi global yang mempertautkan semua komputer di dunia walaupun menggunakan system operasi dan perangkat yang bermacam. Internet memiliki fungsi yang jelas sebagai sarana komunikasi di dunia digital, seperti bermacam media sosial yang sering dikunjungi semacam whatsapp, facebook, Instagram, TikTok dan

lain sebagainya (Laana & Sukri, 2022). Selain Instagram, aplikasi yang sedang trend adalah Lemon8 yang sedang trend dengan fokusnya pada ulasan produk, rekomendasi gaya hidup, dan konten visual yang menarik, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa. Lemon8 menyajikan berbagai konten gaya hidup yang menarik, mulai dari tips kecantikan, ide dekorasi rumah, hingga rekomendasi tempat makan. Konten-konten ini dapat memberikan inspirasi bagi mahasiswa untuk mencoba gaya hidup baru atau mengadopsi tren tertentu.

TikTok, dengan format video pendek yang dinamis dan algoritma yang kuat, telah menjadi kekuatan pendorong dalam membentuk gaya hidup mahasiswa. Mahasiswa merupakan kelompok yang lebih rentan terhadap kecanduan internet dibandingkan kelompok sosial lainnya. Ketika mahasiswa bertransisi dari remaja akhir ke dewasa muda, mahasiswa mengalami kesulitan dalam perkembangan tersebut, penggunaan internet untuk mengatasinya menjadi lebih penting dibandingkan aktivitas orang lain pada umumnya. Hal ini karena aktivitas internet dapat memperluas dan memperkuat jaringan sosialnya (Laana & Sukri, 2022). TikTok menawarkan berbagai konten hiburan dan informasi yang menarik bagi mahasiswa, mulai dari komedi, edukasi, hingga gaya hidup. Konten-konten ini dapat memengaruhi minat, pengetahuan, dan persepsi mahasiswa.

Media sosial menurut Van Dijk ialah platform yang menekankan di kehadiran pemakai dan memfasilitasi kegiatan serta kerjasama mereka. Dengan demikian, media sosial berfungsi selaku fasilitator daring yang memperkuat ikatan antara pengguna dan membentuk ikatan sosial (Suparyanto dan Rosad (2015). Setiap hari mahasiswa pasti menggunakan media sosial, bahkan hampir tidak bisa berpisah dari smartphone mereka selama hampir 24 jam.

Gambar 1. 1
Media Sosial Terpopuler di Indonesia Tahun 2024



Sumber: databoks

Menurut databoks aplikasi Instagram dan TikTok menduduki peringkat ke 2 dan 4 daftar media social terpopuler di dunia pada awal 2024 dan menurut We Are Social secara keseluruhan terdapat 5,04 miliar pengguna media social seluruh dunia pada januari 2024. Jumlah ini meningkat 75 juta atau naik 1,5% dari kuartal sebelumnya. Menurut data yang dikumpulkan Business of Apps, jumlah pengguna TikTok mencapai 1,5 miliar pada kuartal II, dengan mayoritas penggunaanya berasal dari kalangan anak muda. Data tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia terbesar adalah 18-24 tahun. *Business of Apps* juga mencatat, pada 2023 rata-rata pengguna smartphone menghabiskan 2 jam 20 menit dalam sehari untuk berselancar di aplikasi media sosial.

Menurut (Nissa et al., 2022) di antara media sosial yang tersedia, Instagram dan TikTok adalah media sosial yang paling sering dipakai oleh remaja dan mahasiswa. Hingga kini, faktor yang paling berpengaruh di Instagram dan TikTok adalah postingan yang dijadikan referensi bagi pengguna untuk mengekspresikan gaya hidup mereka baik itu fashion, makan, belanja atau aktivitas lain yang mendukung kehidupan mahasiswa.

Selain itu, TikTok selaku aplikasi yang populer di kalangan masyarakat, juga Menjadi fokus utama dari tren saat ini. Banyak tren yang digemari dari TikTok, termasuk tren gaya berpakaian semacam OOTD., berbagai tutorial gaya, rekomendasi pakaian, *mix and match*, dan lainnya. Banyak penyedia konten yang saat ini berkarya di TikTok dengan mempopulerkan atau menyajikan konten dari bermacam gaya fashion terkini, karena audiensnya tertarik pada penampilan dan perlu berpenampilan gaya (Damayanti et al., 2022)

Peneliti juga sudah melakukan prasurvey kepada mahasiswa yang ada di purwokerto dengan menggunakan metode observasi. Narasumber yang pertama yaitu Pepi dari UIN Saizu Purwokerto, menurut Pepi media sosial berperan penting dalam hidupnya, dengan media sosial Pepi dapat menerapkan gaya hidup sehat dengan mengikuti konten – konten *aerobic* yang tersedia di FYP TikTok, dengan Instagram Pepi juga merubah *fashion* yang awalnya tidak menarik menjadi lebih cantik dan modis. Narasumber ke dua yaitu Salsa dari Unsoed Purwokerto, menurut Salsa media sosial hanyalah sebatas media untuk menghibur diri, dengan melihat aktifitas olahraga, brand-brand ternama, melihat kegiatan sehari-hari idolanya itu *mood* Salsa jadi lebih baik dan jadi lebih gembira. Prasurvey yang dilakukan kepada mahasiswa Purwokerto tersebut dapat ditarik kesimpulan, bahwa media sosial untuk sebagian orang dapat berpengaruh dalam dan *fashion* agar tidak ketinggalan oleh zaman, dari sebagian orang juga media sosial hanya sekedar media penghibur bagi penggunaanya.

Mahasiswa sering kali terpapar pada konten gaya hidup yang ideal, glamor dan serba mewah di sosial media. Konten seringkali menampilkan standar yang sulit dicapai oleh mahasiswa dengan keterbatasan ekonomi dan waktu mereka. Terdapat kesenjangan antara gaya hidup ideal yang dipresentasikan di media sosial dan realistis gaya hidup mahasiswa sehari-hari yang dapat menimbulkan perasaan tidak puas atau tekanan untuk menyesuaikan diri. Media sosial juga menyediakan akses mudah ke berbagai informasi tentang trend gaya hidup.

Namun, tidak semua informasi tersebut akurat, relevan atau sesuai dengan prinsip gaya hidup sehat dan bertanggung jawab.

Beberapa penelitian sebelumnya juga memiliki hubungan dengan penelitian ini karena memiliki variabel yang sama yaitu Media Sosial dan Gaya Hidup. Contohnya adalah penelitian yang dilakukan oleh (Khansa & Putri, 2022) mengenai pengaruh sosial media TikTok terhadap gaya hidup remaja, media sosial TikTok mempengaruhi gaya hidup remaja karena kemudahan akses informasi dan hiburan yang diperoleh melalui aplikasi tersebut. Menurut (Sari & Resdati, 2023) mengenai fenomena penggunaan TikTok yang terjadi pada remaja di Desa Bangko Permata, remaja menganggap TikTok sebagai aplikasi hiburan ketika mereka lelah dengan segala aktivitas mereka. Mereka menggunakan TikTok karena memiliki banyak fitur dan tren yang membuat aplikasi TikTok menjadi menyenangkan untuk digunakan. Fenomena ini menunjukkan bahwa tren di TikTok mampu membawa perubahan pada para penggunanya.

Berdasarkan latar belakang di atas dan beberapa penelitian yang sudah dilakukan, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Konten Pada Platform Media Sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok Terhadap Lifestyle Pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa di Purwokerto)”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah konten media sosial Instagram secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto?
2. Apakah konten media sosial Lemon8 secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto?
3. Apakah konten media sosial TikTok secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto?
4. Apakah konten media sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok berpengaruh secara simultan terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

- a) Untuk menganalisis konten media sosial Instagram secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* pada mahasiswa di Purwokerto
- b) Untuk menganalisis konteh media sosial Lemon8 secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* pada mahasiswa di Purwokerto
- c) Untuk menganalisis konten media sosial TikTok secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* pada mahasiswa di Purwokerto
- d) Untuk menganalisis pengaruh konten pada media sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok secara simultan berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang dapat mengembangkan penelitian ilmiah selanjutnya. Kemudian penulis juga mengharapkan bahwa penelitian yang dilakukan akan memberikan manfaat dan sumber rujukan oleh peneliti selanjutnya mengenai pengaruh konten pada media sosial terhadap *lifestye*.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini akan mengembangkan serta memperkaya pengetahuan tentang pengaruh konten media sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok terhadap *Lifestyle* pada mahasiswa di Purwokerto.

2) Bagi Ilmu pengetahuan

- a) Sebagai referensi penelitian yang akan melakukan kajian serupa dengan faktor lain yang mempengaruhi *lifestyle* mahasiswa
- b) Sebagai materi pembelajaran Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, dan sebagai sarana referensi untuk memanfaatkan media sosial dengan baik.

BAB II LANDASAN TEORI

A. *Grand Theory*

1. *Teori Uses and Effect*

Teori *Use and Effects* menggabungkan konsep dari teori *Uses and Gratifications* dengan teori tradisional yang membahas efek dari konsumsi media. Teori ini pertama kali terlihat di tahun 1979 dan dikembangkan oleh Sven Windahl. Fokus utama dari teori *Uses and Effects* adalah menjelaskan hubungan antara pengguna media, audiens, media itu sendiri dan efek yang ditimbulkan. Konsep utama dalam teori ini adalah penggunaan (*use*), yang merujuk pada cara pengguna memanfaatkan media untuk memperoleh pemahaman dan memprediksi efek dari komunikasi massa. Secara keseluruhan, teori *Uses and Effects* menjelaskan bagaimana komunikasi melalui media massa dapat menghasilkan efek yang berpengaruh terhadap pengguna media, tergantung pada pesan yang disampaikan (Damayanti et al., 2022)

Berdasarkan teori *Uses and Effects*, penelitian ini memfokuskan di pemakaian media social seperti Instagram, TikTok dan platform lainnya dimana mahasiswa sebagai pengguna aktif Instagram, Lemon8, dan TikTok memilih konten yang relevan dengan minat mereka, lalu mengalami efek berupa perubahan persepsi dan gaya hidup. Pemilihan konten yang berfokus pada tren, gaya hidup, dan produk, menghasilkan perubahan perilaku seperti konsumtifisme, aspirasi sosial, dan identifikasi diri melalui media sosial.

Oleh karena itu, teori ini mendasari penelitian untuk menilai pengaruh konten media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa, melalui pendekatan bahwa mahasiswa tidak pasif, tetapi secara aktif menyeleksi informasi, yang kemudian memengaruhi perilaku mereka. (Damayanti et al., 2022)

Teori ini mengasumsikan bahwa audiens tidak pasif dalam menerima pesan media, tetapi aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Individu memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media, seperti mencari informasi, hiburan, identitas sosial, atau interaksi sosial. Mahasiswa menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi gaya hidup, mengikuti tren fashion, melihat aktivitas teman, dan membangun identitas sosial. Mereka memilih akun-akun yang sesuai dengan minat dan nilai-nilai mereka, dan menggunakan Instagram untuk mengekspresikan diri dan terhubung dengan orang lain.

Mahasiswa menggunakan Lemon8 untuk mencari ulasan produk, rekomendasi gaya hidup, dan tips kecantikan. Mereka menggunakan Lemon8 sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya untuk membuat keputusan pembelian dan mengadopsi gaya hidup tertentu. Selain itu, Mahasiswa menggunakan TikTok untuk mencari hiburan, mengikuti tren viral, dan berinteraksi dengan komunitas online. Mereka menggunakan TikTok untuk mengekspresikan kreativitas mereka, mengikuti tantangan, dan terhubung dengan orang lain yang memiliki minat yang sama.

Penggunaan media social Instagram, Lemon8 dan TikTok dapat memengaruhi gaya hidup mahasiswa dalam membentuk preferensi fashion, makanan, dan aktivitas rekreasi, mendorong perilaku konsumtif dan perbandingan social dan menciptakan tren baru serta memengaruhi nilai-nilai yang di anut. Mahasiswa tidak hanya pasif menerima konten media sosial, tetapi aktif memilih dan menyaring informasi yang mereka anggap relevan. Teori ini menekankan pentingnya memahami motivasi mahasiswa dalam menggunakan media sosial untuk memahami efeknya terhadap gaya hidup mereka.

2. Sosial Learning Theory

Teori ini diusulkan oleh (Albert Bandura, 1977) teori *social learning* teori bisa juga dikenal selaku teori pembelajaran sosial. Teori ini menjelaskan yakni seseorang belajar lewat pengalaman langsung atau melalui pengawasan orang lain yang nanti ditiru. Selain belajar dari pengalaman pribadi, mereka juga bisa memperoleh pengetahuan melalui membaca, mendengarkan atau melihat media, serta dari observasi lingkungan sekitarnya.

Proses pembelajaran *social* seseorang terdiri dari empat tahap (Albert Bandura, 1977). Diantaranya yaitu:

- a. Tahap pertama, yang dikenal sebagai tahap perhatian/atensi, merupakan kondisi yang penting untuk terjadinya pembelajaran. Disini, peran model yang mempunyai status dan keahlian tinggi lebih mungkin diawasi, walaupun karakteristik individu mungkin mempengaruhi Tingkat perhatian yang diberikan.
- b. Tahap kedua, yang disebut tahap retensi, berkaitan dengan penyimpanan dan pengambilan kembali informasi yang diamati.
- c. Tahap ketiga, yang merupakan tahap peniruan/reproduksi, mengacu pada individu meniru perilaku yang mereka amati.
- d. Tahap keempat, atau dikenal sebagai tahap motivasi, melibatkan individu mendapatkan motivasi untuk melakukan atau menggunakan jenis perilaku tertentu, terlepas dari keadaannya.

Dalam konteks ini, mahasiswa secara aktif mengamati dan meniru gaya hidup yang ditampilkan di platform-platform tersebut. Observasi ini mencakup cara berpakaian, makan, beraktivitas, dan berinteraksi. Mahasiswa belajar norma-norma sosial, nilai-nilai, dan perilaku yang dianggap populer atau diinginkan melalui pengamatan ini. Mereka cenderung meniru gaya hidup yang mereka amati, terutama dari selebriti, influencer, atau teman sebaya yang mereka kagumi. Media sosial menyediakan berbagai model gaya hidup yang dapat diikuti, dan mahasiswa memilih model yang sesuai dengan minat dan nilai-nilai

mereka. Umpan balik dari pengikut, seperti *likes* dan komentar, berfungsi sebagai penguatan atau hukuman, yang memengaruhi apakah mahasiswa akan mempertahankan atau mengubah gaya hidup mereka. Selain itu, mahasiswa tidak hanya secara pasif meniru, tetapi juga secara aktif memproses informasi dan membuat keputusan tentang gaya hidup mana yang ingin mereka adopsi. Mereka mempertimbangkan faktor-faktor seperti nilai-nilai pribadi, norma-norma sosial, dan konsekuensi praktis dalam mengadopsi gaya hidup tertentu. Dengan demikian, Teori Pembelajaran Sosial membantu kita memahami bagaimana mahasiswa memperoleh dan mengadopsi gaya hidup melalui interaksi mereka dengan media sosial.

B. Landasan Teologis

1. Instagram

Instagram sebagai platform media sosial yang sangat populer, dapat menjadi sarana untuk mempererat tali silaturahmi dan membangun komunitas. Namun, di sisi lain, Instagram juga dapat menjadi sumber perpecahan dan konflik jika tidak digunakan dengan bijak. Dijelaskan dalam surat Al- Nur ayat 30-31 berikut :

قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ۚ ذَٰلِكَ أَزْكَىٰ لَهُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا
وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا (30) بِصَنَعُونَ
مَا ظَهَرَ مِنْهَا ۚ وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ ۚ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ
أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانَهُنَّ أَوْ إِخْوَانِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ التَّبِيعِينَ غَيْرَ أُولَىٰ إِلَٰزِمَةٍ مِنَ الرِّجَالِ أَوْ الطُّفْلِ الَّذِينَ لَمْ
يَظْهَرُوا عَلَىٰ عَوْرَتِ النِّسَاءِ ۚ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ زِينَتَهُنَّ ۚ وَتَوْبُوا إِلَى اللَّهِ
(31) جَمِيعًا أَيُّهَا الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :

“Katakanlah kepada orang laki-laki yang beriman: “Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan memelihara kemaluannya; yang demikian itu adalah lebih suci bagi mereka, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang mereka perbuat(30). Katakanlah kepada wanita yang beriman: “Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak

dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung.(31) ” (Q.S. Nur: 30-31)

Ayat di atas menjelaskan ajaran Islam tentang kesederhanaan dan larangan tabarruj dapat dianggap bertentangan dengan budaya populer di Instagram yang seringkali mendorong gaya hidup mewah dan penampilan berlebihan. Namun, perlu diingat bahwa media sosial hanyalah alat. Bagaimana alat ini digunakan tergantung pada individu masing-masing. Pengguna Muslim dapat menggunakan Instagram secara positif, misalnya untuk menyebarkan dakwah, berbagi pengetahuan yang bermanfaat, atau membangun komunitas yang positif.

2. Lemon8

Surat Al-Hujurat adalah salah satu surat dalam Al-Qur'an yang memberikan panduan tentang etika berinteraksi dalam kehidupan sosial. Ayat-ayat dalam surat ini sangat relevan dengan dinamika kehidupan modern, termasuk dalam penggunaan platform media sosial seperti Lemon8.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya :

Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.. (Q.S.Al-Furqan: 67)

Surah Al-Furqan di atas memberikan pedoman yang jelas tentang pentingnya keseimbangan dalam konsumsi. Mahasiswa perlu menerapkan prinsip ini dalam berinteraksi dengan *platform* tersebut, agar tidak terjerumus dalam perilaku konsumtif dengan mengikuti rekomendasi, menyesuaikan dengan kebutuhan bukan hanya ikut-ikutan trend. Hal ini selaras dengan *Uses and Effect Theory* bahwa penggunaan media harus memenuhi kebutuhan nyata bukan ilusi kebutuhan dan *Social Learning Theory* agar tidak meniru perilaku yang mendorong pemborosan.

3. TikTok

Surat Al-Hujurat adalah salah satu surat dalam Al-Qur'an yang memberikan panduan tentang etika berinteraksi dalam kehidupan sosial. Ajaran-ajaran dalam surat ini sangat relevan dengan dinamika kehidupan di era digital, termasuk dalam penggunaan *platform* media sosial seperti TikTok.

مَا عَلَىٰ فُتُوحٍ أَلْفَاقٍ ۚ قَوْمًا تُصِيبُهُمْ أَنْفَالٌ مِّنَ السَّمَاءِ ۚ وَبَنِيَّ أَقْبَسَ فَأَسَاقُكُم بِإِذْنِ اللَّهِ ۚ لَئِنْ لَّمْ يَكُن لَّكُم بِلَاغٌ مِّنَ اللَّهِ ۚ لَكُن لَّكُمْ آيَاتُكَ ۚ فَاعْلَمُوا ۚ

Artinya :

Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu. (Q.S. Al Hujurat : 6)

Ayat ini memerintahkan umat Islam untuk melakukan *tabayyun* (verifikasi) ketika menerima berita dari orang fasik, yang merupakan prinsip penting dalam interaksi di dunia maya. Dalam konteks TikTok, mahasiswa perlu melakukan *tabayyun* sebelum mempercayai informasi yang mereka lihat, karena *platform* ini seringkali menjadi tempat penyebaran informasi yang cepat, tetapi tidak selalu akurat. Mahasiswa perlu menghindari penyebaran hoaks atau informasi palsu, yang dapat berdampak negatif pada gaya hidup mereka. Selain itu, ayat ini mengingatkan mahasiswa untuk berhati-hati dengan konten

yang mereka lihat dan bagikan, dan untuk menghindari konten yang dapat merusak moral atau akhlak. Tanggung jawab dalam berinteraksi di TikTok juga ditekankan, di mana mahasiswa perlu menghindari perilaku yang dapat menyakiti atau merugikan orang lain. Terakhir, ayat ini secara tidak langsung mengingatkan mahasiswa untuk menggunakan waktu mereka dengan bijak, dan untuk tidak melalaikan kewajiban lain karena terlalu banyak menghabiskan waktu di TikTok.

4. *Lifestyle*

Dalam Islam, konsumsi barang wajib didasarkan pada prinsip masalah dan menjalani hidup minimalis dalam semua aspek. Tujuan hidup seseorang adalah mencari kebaikan dan kebahagiaan, tetapi setiap individu memiliki pendekatan yang berbeda dalam meraihnya. Perkembangan zaman yang semakin maju meningkatkan kebutuhan manusia yang juga mempengaruhi pola hidup dan gaya hidup individu. Oleh akibat itu, penting untuk setiap orang agar mengatur dan mengelola kebutuhan hidup secara sederhana, tanpa pemborosan, kelebihan atau kedekatan terhadap harta. Allah Swt berfirman Q.S Al-A`raf ayat 31:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya:

"Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan."

Ayat tersebut menerangkan Islam mengajarkan bahwa kehidupan dunia adalah sarana untuk mencapai kebahagiaan di akhirat. Oleh karena itu, umat Islam harus menjalani kehidupan dunia dengan seimbang, tidak terlalu fokus pada urusan duniawi hingga melupakan akhirat, dan tidak pula mengabaikan urusan dunia dengan dalih

beribadah. Inti dari ayat ini adalah larangan berlebihan dalam segala hal. Islam mengajarkan umatnya untuk hidup sederhana dan menghindari pemborosan, karena hal itu dapat menjauhkan diri dari Allah Swt. Dalam konteks gaya hidup modern, QS Al-A'raf ayat 31 menjadi pedoman penting bagi mahasiswa untuk menjalani kehidupan yang seimbang dan tidak terjebak dalam gaya hidup konsumtif. Mahasiswa harus mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mengutamakan kepentingan akhirat di atas kepentingan duniawi..

C. Kajian Pustaka

Dalam menunjang penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka perlu dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini untuk menunjukkan distingsi penelitian ini.

Berikut ini merupakan table yang menunjukkan perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No .	Nama Peneliti, Tahun Penelitian dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Risky Azizah Sinta Ananda dan Andhita Risko Faristiana (2023) “Dampak TikTok terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan”	Variabel TikTok berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup remaja Perempuan	Terdapat variable TikTok (X3) dan gaya hidup (Y)	Tidak ada variabel Instagram (X1), Lemon8 (X1)
2.	Khalifi Arrahman dan Muhamad Nastain (2023) “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa	Penelitian ini bertujuan agar menjelaskan kehidupan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi	Terdapat variabel Instagram (X1) dan gaya hidup (Y)	Tidak terdapat variabel Lemon8 dan TikTok

	Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta	Universitas Mercu Buana Yogyakarta dalam menggunakan Instagram dan media sosial lainnya.		
3.	Shazrin daniyah Khansa dan Kinkn yuliaty Subarsa Putri (2022) "Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja"	Variable media social TikTok mempengaruhi gaya hidup remaja karena mudahnya saluran informasi dan hiburan yang diperoleh melalui aplikasi tersebut	Terdapat variabel TikTok (X3) dan Gaya hidup (Y)	Tidak terdapat variabel instagram (X1), Lemon8 (X2)
4.	Rahayu Marina Sari dkk (2023) "Dampak Trend TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Desa Bangko Permata Kecamatan Bangko Pusako Rokan Hilir"	Variabel trend TikTok berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup remaja di Desa Bangko Permata	Terdapat variabel TikTok (X3) dan gaya hidup (Y)	Tidak terdapat variabel Instagram (X1), Lemon8 (X2)
5.	Lisnawita dkk (2020) "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap <i>Lifestyle</i> dan Prestasi Akademik"	Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup dan prestasi akademik	Terdapat variabel instagram (X1) dan <i>Lifestyle</i> (Y)	Tidak terdapat variabel media sosial Lemon8 (X2), TikTok (X3)
6.	Dilla Puspitasari dan Rah Utami Nugrahani (2024) "Pengaruh Media Sosial Lemon8 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan"	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial Lemon8 memiliki koefisien positif.	Terdapat variabel media sosial Lemon8	Tidak terdapat variabel Instagram (X1),TikTok (X3) dan gaya hidup (Y)

	Informasi Mengenai Korean Fashion Style”	Hal ini berarti semakin kuat penggunaan media sosial Lemon8, maka semakin meningkat kebutuhan informasi mengenai Korean fashion style		
7.	Ahmad Nasir Ari Bowo dan Muhammad Iqbal (2023) “Pengaruh Medis Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa”	Variable instagram berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa	Terdapat variabel Instagram (X1) dan gaya hidup (Y)	Tidak terdapat variable Lemon8 (X2), TikTok (X3)
8.	Fitri Khoiriyah Nissa, Fitri Sukyawati dan Muhammad Willy Indriana (2022) “Pengaruh Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Nusantara”	Didasarkan hasil penelitian ini, media social Instagram mempengaruhi gaya hidup mahasiswa, termasuk dalam hal berpakaian dan produl lain yang mereka temui saat menggunakan platform tersebut	Terdapat variabel Instagram (X1) dan gaya hidup (Y)	Tidak terdapat variabel Lemon8 dan TikTok
9.	Darwis Lodowich Laana dan Urbanus Sukri (2022) “ <i>Lifestyle</i> : Perilaku mahasiswa Masa Kini dan Pengaruh Media Sosial”	Dampak media social memiliki sisi positif dan negatif, tergantung pada cara penggunaannya. Secara prinsip, media social dimaksudkan sebagai alat	Terdapat variabel <i>Lifestyle</i> dan membaahs pengaruh media social	Terdapat perbedaan pada variabel dan objek penelitian

		komunikasi dan sumber informasi. Dengan menggunakan media sosial secara bijaksana, dampak negatifnya dapat ditekan.		
--	--	---	--	--

Sumber : Data sekunder yang diolah dari berbagai sumber 2025

D. Kajian Teori

1. Gaya hidup dalam Perspektif Sosial dan Media

Gaya hidup (*lifestyle*) dalam masyarakat modern telah bertransformasi, bukan lagi sekadar pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan ekspresi identitas yang kompleks. Piliang (2004) melihatnya sebagai bagian dari budaya populer, dibentuk oleh interaksi antara konsumsi dan media, di mana pilihan kita mencerminkan identitas kita. Ibrahim (2007) menambahkan dimensi "proyek identitas," menekankan bahwa individu secara aktif menampilkan karakter melalui preferensi konsumsi.

Bagi mahasiswa, gaya hidup memiliki peran ganda: ekspresi diri dan alat membangun "modal sosial" (Utami, 2014), yaitu jaringan hubungan yang bermanfaat. Media sosial, khususnya platform visual seperti Instagram, Lemon8, dan TikTok, menjadi arena utama konstruksi gaya hidup. Mahasiswa menampilkan versi ideal diri mereka, menciptakan narasi melalui konten visual. Namun, ini juga membawa risiko: perbandingan sosial, budaya konsumtif, dan ketergantungan. Oleh karena itu, literasi media dan keseimbangan antara dunia digital dan nyata sangat penting.

2. Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Gaya Hidup

Media sosial memiliki peran sentral dalam membentuk gaya hidup mahasiswa. Platform seperti Instagram, Lemon8, dan TikTok tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga menghadirkan model

perilaku dan simbol gaya hidup yang ditiru oleh audiens. Hal ini sejalan dengan pandangan Bandura (1977) dalam Social Learning Theory bahwa individu belajar melalui observasi dan peniruan terhadap model sosial yang dianggap ideal.

Dari sudut pandang *Uses and Effects Theory*, mahasiswa secara aktif memilih media sosial tertentu karena adanya motivasi untuk mencari hiburan, identitas diri, maupun inspirasi gaya hidup. Pemilihan konten yang dikonsumsi memengaruhi sikap dan perilaku konsumtif, pola interaksi sosial, serta cara menilai diri dan orang lain.

3. Keterikatan Teori dan Variabel Penelitian

a. Instagram

1) Pengertian Instagram

Instagram adalah satu dari platform media sosial yang telah jadi bagian dari gaya hidup terbaru di kalangan masyarakat, terutama di kalangan anak remaja yang mengintegrasikan media sosial pada kehidupan kesehariannya. Instagram ialah aplikasi membagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, mengeditnya dengan filter digital, dan membagikannya. Instagram didirikan pada tahun 2010 oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom, keduanya adalah pengembang perangkat lunak dan pengusaha di industri internet. Nama "Instagram" berasal dari kata "insta", yang merujuk pada kata "instan", dan "gram" yang diambil dari kata "telegram". Pengguna Instagram yang memiliki banyak pengikut sering disebut sebagai "selebgram". Istilah yang menggabungkan selebriti dan Instagram, merujuk pada pengguna yang terkenal di platform tersebut. Menjadi selebgram membawa berbagai keuntungan, seperti meningkatkan profil publik, memperluas jaringan sosial dan mendapatkan endorsement dari berbagai merek dan toko online (Kartini et al., 2022)

2) Fitur-Fitur Instagram

a) Berbagi Foto dan Video

Awalnya Instagram merupakan layanan berbagi foto dan video murni. Instagram memasukan video sharing 15 detik pada Juni 2013. Penambahan itu dilihat oleh beberapa orang di media teknologi sebagai upaya Facebook untuk bersaing dengan aplikasi berbagi video yang populer saat itu. Pada bulan Agustus 2015, Instagram menambahkan dukungan untuk video layer lebar. Pada Maret 2016, Instagram meningkatkan batas video 15 detik menjadi 60 detik.

Berbagi foto dan video merupakan konten yang dapat diunggah pada media sosial ini. Penggunanya pun dapat menambahkan filter dan efek yang tersedia di dalam mengunggah foto dan video. Penggunanya pun dapat menambahkan lokasi pada setiap unggahan dan terhubung dengan maps, sehingga pengguna lain dapat melacak lokasi tersebut. Selain menambahkan lokasi dan unggahan foto dan video, penggunanya pun dapat menandai pengguna lain dan membagikan kepada media social lain. Setelah diunggah, foto dan video tersebut dapat pula disunting dan dihapus oleh penggunanya.

b) *Direct Message*

Pesan direct adalah fitur yang disediakan oleh Instagram dalam berkomunikasi secara pribadi. Dalam berkomunikasi melalui pesan direct penggunanya pun dapat membuat grup dengan menambahkan pengguna lain dalam percakapannya.

Komunikasi yang dapat digunakan dalam pesan direct bukan hanya berupa text, tapi dapat juga berupa

foto dan video melalui pengaturan waktu yang dapat ditentukan oleh pengirim, sehingga foto dan video yang dikirim dapat menghilang dalam waktu yang ditentukan.

c) *Instagram Stories*

Pada bulan Agustus 2016, Instagram meluncurkan Instagram stories, Instagram stories merupakan sebuah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menambahkan efek serta lapisan dan menambahkannya ke *feed Instagram stories* mereka. Gambar yang diunggah ke cerita pengguna memiliki masa kadaluarsa setelah 24 jam. Ketika *Instagram stories* diluncurkan banyak yang melihatnya sebagai tiruan snapchat. Hal ini dikarenakan selain membagikan foto dan video yang hilang setelah 24 jam, Instagram stories memungkinkan pengguna menambahkan filter seperti snapchat yang menambahkan hal-hal seperti mahkota bunga dan telinga kelinci. Namun, tidak butuh waktu lama dalam delapan bulan, Instagram stories mampu melampaui jumlah pengguna aktif harian snapchat.

Pengguna Instagram juga dapat mengatur untuk tidak dapat ditandai dalam unggahan cerita pengguna lain. Konten yang diunggah pada fitur cerita ini juga dibagikan kepada pengguna tertentu. Setiap yang melihat konten cerita dapat mencatatkan siapa saja yang telah melihat unggahan tersebut. Instagram juga menyediakan pilihan untuk melaporkan konten cerita yang dapat mengganggu dan melanggar hukum.

Pengguna Instagram stories sangat sederhana untuk dapat mengekspresikan diri dan terhubung dengan orang lain terutama digunakan sebagai bisnis. Selain dilengkapi fitur Instagram stories yang menyenangkan karena

dilengkapi dengan penunjang foto, video, teks dan filter-filter lucu. Penggunaan Instagram stories memiliki manfaat besar bagi penggunanya. Instagram stories saat ini merupakan platform yang paling cepat berkembang karena pada setiap harinya dan lebih dari 200 juta orang menggunakan Instagram stories.

Selain itu Instagram stories masuk dalam “*discoverable*” memungkinkan orang lain dapat melihat unggahan pengguna meskipun tidak saling mengikuti, hal itu merupakan kesempatan besar untuk menciptakan penggemar atau viewers aktif pada unggahan-unggahan lainnya.

d) Siaran Langsung

Siaran langsung merupakan fitur yang memungkinkan pengguna Instagram untuk membagikan video secara langsung kepada pengguna lain. Konten siaran langsung dapat tersimpan dan terlihat oleh pengguna lain selama 24 jam pada konten cerita. Setelah itu konten tersebut tidak akan terlihat lagi, tetapi pengunggah dapat menyimpan pada perangkat. Siaran langsung juga dapat membagikan video percakapan dua arah dengan pengguna lain.

e) *Hashtag*

Fitur ini disediakan oleh Instagram sebagai subjek pencarian, sehingga dapat memudahkan mencari dalam kolom pencarian. Dalam kolom pencarian yang disediakan, pengguna hanya dapat mencari berdasarkan nama pengguna, Lokasi dan hashtag. Untuk itu pemberian hashtag dapat digunakan dalam mempromosikan setiap konten yang diunggah.

f) Komentar

Komentar merupakan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk berdiskusi pada setiap konten yang diunggah. Pengguna Instagram juga dapat menyaring kata yang tidak ingin mereka dapatkan pada komentar pengguna lain. Komentar yang masuk juga dapat dihapus.

g) *Explore*

Pada juni 2012, Instagram memperkenalkan *explore* atau jelajah yang menampilkan foto populer, foto yang diambil di Lokasi terdekat dan sejenis dengan pencarian yang sering dilakukan pengguna. Tab ini diperbarui pada juni 2015 untuk menampilkan tag dan tempat yang sedang trend, konten yang dikurasi dan kemampuan untuk mencari Lokasi. Pada saat ini, menu *explore* diikuti penambahan sesuai dengan munculnya fitur baru dalam Instagram seperti live dan Instagram stories. Adapun beberapa manfaat dari Instagram:

1. pemanfaatan Instagram sebagai media social pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik, diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi publik yang membacabahkan melihatnya.
2. Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi menjadi salah satu keuntungan bagi Perusahaan dalam memperomosisan penjualanya serta publikasikan produknya melalui media sosial Instagram.
3. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya (Kartini dkk, 2022)

3) Instagram Dalam Mempengaruhi *Lifestyle*

Instagram telah menjadi kekuatan pendorong dalam membentuk gaya hidup mahasiswa, dengan pengaruh yang meresap ke dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Platform ini berfungsi sebagai etalase virtual, memamerkan tren terbaru, gaya hidup mewah, dan pencapaian ideal yang seringkali memicu perilaku konsumtif dan perbandingan sosial. Mahasiswa terpapar pada budaya pamer, di mana kehidupan yang sempurna dan pencapaian yang luar biasa ditampilkan secara konstan, menciptakan tekanan untuk selalu tampil terbaik dan mendapatkan validasi online. Interaksi sosial pun mengalami transformasi, dengan interaksi tatap muka yang semakin tergerus oleh interaksi online, meskipun Instagram juga memfasilitasi pembentukan komunitas online yang kuat berdasarkan minat yang sama. Namun, dibalik kilau dan daya tarik visualnya, Instagram juga membawa potensi dampak negatif terhadap kesehatan mental dan emosional mahasiswa. Perbandingan sosial yang tak terhindarkan dapat memicu perasaan rendah diri, kecemasan, dan bahkan depresi. Ketergantungan pada platform ini dapat mengganggu pola tidur, mengurangi produktivitas akademik, dan mengikis interaksi sosial yang bermakna di dunia nyata. Oleh karena itu, kesadaran dan literasi media menjadi kunci bagi mahasiswa untuk menavigasi dunia Instagram dengan bijak, membedakan antara realitas dan representasi ideal, serta menjaga keseimbangan antara kehidupan digital dan dunia nyata.

b. Lemon8

Menurut laman Hootsuite, Lemon8 adalah aplikasi media sosial baru yang dikembangkan oleh ByteDance, Perusahaan yang juga mendirikan TikTok. Aplikasi ini digambarkan sebagai kombinasi antara Instagram dan Pinterest dengan fokus pada gaya

hidup. Melalui Lemon8, pengguna dapat berbagi foto, resep, pakaian, panduan perjalanan dan lainnya. Beberapa kategori populer di Lemon8 meliputi *fashion*, *make up*, *skincare*, *travel*, *health & wellness*, *fitness* dan *food*. Aplikasi ini pertama kali diperkenalkan di Jepang pada tahun 2020, kemudian diperkenalkan secara bertahap di berbagai negara.

Lemon8 juga dibuat oleh Bytedance untuk bersaing dengan aplikasi China Xiaohongshu, yang dikenal sebagai Red, di beberapa negara. Menurut laporan di New York Times yang dikutip oleh Forbes, sejumlah influencer telah mengkonfirmasi bahwa mereka dibayar oleh Lemon8 untuk membuat postingan di aplikasi tersebut dengan mengikuti pedoman tertentu. Beberapa pedoman tersebut termasuk dengan membuat 10 postingan per bulan dengan teks minimal 150 kata dan carousel yang berisi antara 3 hingga 10 foto. Carousel foto adalah serangkaian foto yang dapat dilihat dengan cara digeser (Aida & Pratiwi, 2023)

Menurut Bytedance (2020) aplikasi ini termasuk baru di bidang media sosial yang dibuat oleh teknologi raksasa asal China yang bersaing dengan Instagram, karena fiturnya memiliki kesamaan dengan Instagram.. Lemon8 adalah aplikasi berbagi foto dan video sosial untuk berbagi gambar gaya hidup, konten inspiratif, dan rekomendasi. Bayangkan Pinterest dan Instagram bergabung, dan hasilnya mungkin seperti Lemon8 . Platform media sosial ini memungkinkan pengguna menelusuri feed pilihan yang menampilkan konten kecantikan, kesehatan, kebugaran, dan perjalanan – dengan kata lain, mimpi estetika yang aspiratif. Umpan memungkinkan Anda melihat gambar di sisi kiri dan kanan halaman, dan memungkinkan Anda menggulir dan memanfaatkan konten yang mungkin ingin Anda lihat lebih banyak. Setelah mengeklik foto atau video, Anda akan melihat lebih banyak keterangan, yang sering kali dibuat panjang dan

informatif oleh pembuat konten, tidak seperti aplikasi media sosial lainnya. Saat pertama kali diunduh, aplikasi meminta Anda memilih dari berbagai minat, seperti mode, tata rias, dekorasi rumah, dan kebugaran (Qoria, 2023)

Menurut pendapat Nadhira Aliya Nisriyana yang dimuat di gadgetdiva.id pada 4 April 2023 berjudul "Duduki Peringkat Top 10 di App Store, Lemon8 Menjadi Aplikasi Saingan Instagram dari ByteDance," selain itu Lemon8 dengan cepat menjadi aplikasi gaya hidup nomor satu di App Store. Media sosial Lemon8 adalah aplikasi untuk berbagi dan mengeksplorasi informasi gaya hidup. Pada awalnya, aplikasi ini berfungsi sebagai komunitas online yang merekomendasikan situs web e-commerce internasional untuk pengguna China. Namun, saat ini telah berkembang menjadi platform media social dimana pengguna dapat berbagi video dan gambar tentang berbagai topik kehidupan sehari-hari, seperti fashion, kecantikan, perawatan kulit, makanan, dan perjalanan. Aplikasi Lemon8 adalah perusahaan saudara dari TikTok yang dimiliki oleh ByteDance dan populer di kalangan wanita dengan usia muda. Setelah rilis di Jepang tahun 2020, aplikasi Lemon8 telah berhasil mencapai 5 juta pengguna aktif setiap bulannya di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Dikutip dari [Katadata.co.id](https://katadata.co.id), Tatler Asia menyatakan bahwa aplikasi media sosial ini telah mendapatkan unduhan sekitar 15 juta sejak dirilis. Sampai 9 Juni 2023, aplikasi ini sudah berada di urutan ketiga aplikasi gaya hidup gratis terbaik di Indonesia (Puspitasari & Nugrahani, 2024)

Lemon8, dengan penekanan pada konten visual yang estetik, mulai membentuk gaya hidup mahasiswa melalui inspirasi dan informasi yang ditawarkan. Platform ini menjadi ruang di mana tren gaya hidup, mulai dari mode hingga kuliner, disajikan dalam format yang menarik, memicu mahasiswa untuk mengeksplorasi

dan mengadopsi tren-tren baru. Ulasan produk dan rekomendasi tempat yang mudah diakses menjadikan Lemon8 sumber informasi yang berharga, memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa. Namun, daya tarik visual Lemon8 juga membawa potensi risiko. Paparan terhadap gaya hidup yang ideal dapat memicu perbandingan sosial dan perasaan rendah diri, sementara penggunaan yang berlebihan dapat mengarah pada ketergantungan. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk menggunakan Lemon8 dengan bijak, mengembangkan literasi media, dan menjaga keseimbangan antara inspirasi digital dan realitas kehidupan sehari-hari.

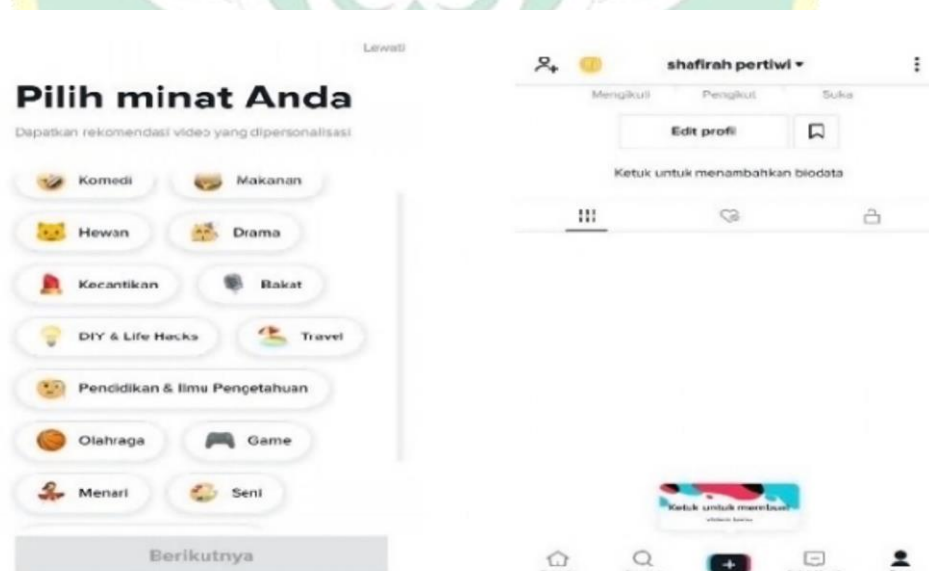
c. **TikTok**

TikTok adalah platform media sosial yang populer saat ini, dirancang untuk membuat dan berbagai konten video singkat yang kreatif. Diperkenalkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, TikTok awalnya berasal dari China dan berfungsi sebagai aplikasi hiburan virtual. Pengguna dapat membuat konten video singkat yang menarik dan menyebarkannya kepada masyarakat melalui platform TikTok (Yunita & Yuliani, 2023)

Di halaman tersebut, pengguna bisa dengan gampang berkomunikasi melalui segmen komentar. Di samping itu, platform media sosial ini menyediakan beragam filter unik dan menarik yang mempermudah pengguna dalam mengedit dan menghasilkan video yang menarik. Anak muda termasuk mahasiswa merasa nyaman menggunakan aplikasi ini karena mereka dapat berkomunikasi secara bebas tanpa terikat oleh Batasan ruang dan waktu. TikTok adalah media sosial yang menyajikan berbagai jenis konten seperti tutorial, edukasi, hiburan, berbagai pengetahuan dan lainnya. Melalui TikTok, masyarakat dapat memperoleh berbagai ilmu dan informasi yang bermanfaat (Yunita & Yuliani, 2023)

Media sosial TikTok merupakan salah satu contoh media yang sangat digandrungi saat ini oleh semua kalangan, termasuk mahasiswa. Aplikasi ini memiliki banyak pengguna karena menghadirkan special effect yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua pengguna bisa menciptakan video yang keren (Deriyanto & Qorib, 2018) dan dapat menunjang seseorang untuk membuat simulasi untuk membuat citraan. Bahkan, keistimewaan dari Tik Tok adalah hasil video yang dibuat bisa dibagikan ke seluruh media sosial yang kita miliki. Selain untuk hiburan dan lucu-lucuan bersama teman atau orang tersayang, video yang dibuat bisa untuk menyebarkan tips, trik dan informasi dengan menarik. TikTok menyediakan banyak fitur yang bisa digunakan. Berikut bukti gambar screenshot yang sudah peneliti ambil ketika membuka aplikasi ini.

Gambar 2. 1
Penampakan Tampilan TikTok Saat Log in



Sumber: aplikasi TikTok 2020

Banyaknya *special effect* dan fitur-fitur yang disajikan oleh aplikasi TikTok membuat orang tertarik dalam menggunakannya sehingga dari sini bisa digali tentang bagaimana pola penggunaan, untuk apa saja digunakan, dan sebagainya untuk mengetahui tentang nilai guna (*use value*) TikTok bagi mahasiswa. Seperti pada Gambar 2.2, ketika login, akan muncul bagian, yang menanyakan minat pengguna terkait video genre yang ia sukai. Dari pilihan yang tersedia, pengguna bisa memilih lebih dari satu, disesuaikan dengan selera masing-masing. Lalu, pengguna akan menemukan fitur beranda yang menampilkan video TikTok dari pengguna TikTok lainnya yang dibagikan melalui akun mereka dan video tersebut akan tampil di beranda dan menjadi rekomendasi untuk pengguna tonton, bagikan, sukai dan komentari, bahkan bisa mengikuti akun tersebut dan bertukar pesan melalui kontak masuk.

TikTok telah menjadi bagian integral dari kehidupan mahasiswa, membawa pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup mereka. Platform ini, dengan format video pendeknya yang adiktif, telah mengubah cara mahasiswa mengonsumsi informasi, berinteraksi sosial, dan mengekspresikan diri. Tren yang muncul di TikTok dengan cepat menyebar dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan mahasiswa, mulai dari gaya berpakaian, selera musik, hingga kebiasaan makan. TikTok juga menjadi sumber hiburan dan relaksasi yang populer, membantu mahasiswa mengatasi stres dan kebosanan. Namun, di sisi lain, penggunaan TikTok yang berlebihan dapat menyebabkan kecanduan, mengurangi produktivitas akademik, dan memicu perbandingan sosial yang tidak sehat. Mahasiswa seringkali merasa tertekan untuk mengikuti tren terbaru dan menampilkan kehidupan yang ideal di platform ini. Selain itu, algoritma TikTok yang dirancang untuk mempertahankan perhatian pengguna dapat menyebabkan mahasiswa terpapar pada konten yang tidak relevan atau bahkan

berbahaya. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk menggunakan TikTok secara bijak dan seimbang, serta menyadari potensi dampak positif dan negatifnya terhadap gaya hidup mereka.

d. *Lifestyle*

Secara sosiologis gaya hidup (*Lifestyle*) merujuk pada cara hidup khas yang dimiliki oleh suatu kelompok tertentu (Featherstone, 2001). Di samping itu, pada masyarakat era modern, gaya hidup (*Lifestyle*) menolong mengartikan perilaku, nilai-nilai, kekayaan, dan posisi social seseorang (Chaney et al., 2003). Frasa ini menyiratkan otonomi, ekspresi diri, dan kesadaran gaya di dunia saat ini. Bahasa tubuh, pola bicara, aktivitas waktu luang, makanan dan minuman yang disukai, tempat tinggal, mobil, sumber informasi yang dipilih, dan sebagainya semuanya dianggap sebagai cerminan preferensi pribadi dan selera gaya seseorang (Retno Hendariningrum & M. Edy Susilo, 2008)

Menurut Sutisna dalam Heru Suprihhadi (2017) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta interest (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga *opinion* (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang. Gaya hidup adalah sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk di dalam hubungan sosial, konsumsi barang, entertainment, dan cara berbusana. (Alfred Adler dalam Priansa, 2017:185)

Gaya Hidup (*Life Style*) merupakan penerapan pola kehidupan yang dipengaruhi oleh hobi, pekerjaan, keinginan, dan faktor sosial seperti media sosial. Hanya dengan melihat dan mengamati akan

menimbulkan rasa keinginan yang tinggi dan juga rasa gengsi yang tentunya membuat konsumen tak perlu berpikir panjang akan keputusannya. Hal ini akan meningkatkan suatu keputusan pembelian seorang konsumen pada suatu produk.

Gaya hidup merupakan konsep yang kompleks dan multidimensi. Menurut Adler (Sobur, 2003) gaya hidup dapat dipahami sebagai prinsip-prinsip idiografik yang menjembatani kesenjangan antara motivasi internal individu dengan tuntutan eksternal lingkungan sosialnya. Gaya hidup seseorang dengan demikian terbentuk melalui interaksi sosial, refleksi diri, dan adaptasi terhadap konteks sosial yang berubah. (Bourdieu, 1984) memperkuat pandangan ini dengan menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan manifestasi dari habitus—sistem disposisi yang tertanam dalam diri individu sebagai hasil internalisasi struktur sosial.

Dalam masyarakat kontemporer, gaya hidup telah berkembang menjadi fenomena yang makin kompleks. Seperti diungkapkan oleh (Piliang, 2004) gaya hidup saat ini berada dalam jaringan ekonomi, budaya, dan media yang saling terkait. Konsumsi produk dan penggunaan media sosial menjadi praktik signifikan dalam pembentukan identitas dan gaya hidup seseorang. Hal ini sejalan dengan pandangan (Ibrahim, 2007) yang menyatakan bahwa di era konsumerisme, gaya hidup telah menjadi proyek identitas di mana individu mengekspresikan individualitas mereka melalui pola konsumsi tertentu.

Penelitian (Utami, 2014) mengungkapkan bahwa di kalangan mahasiswa, gaya hidup tidak hanya berfungsi sebagai penanda identitas personal, tetapi juga sebagai mekanisme untuk membangun modal sosial dan mempertahankan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Sementara itu, (abdullah, 2010) berpendapat bahwa gaya hidup juga mencerminkan posisi kelas

dan status sosial dalam masyarakat, sehingga menjadi instrumen penting dalam reproduksi struktur sosial. Hubungan antara media sosial dan gaya hidup adalah hubungan yang saling memengaruhi dan kompleks. Media sosial telah menjadi kekuatan pendorong dalam membentuk gaya hidup modern, berfungsi sebagai sumber utama inspirasi, tren, dan informasi. Pengguna sering kali terpengaruh oleh gaya hidup yang ditampilkan di media sosial, mulai dari tren fesyen dan makanan hingga rutinitas kebugaran dan perjalanan. Di sisi lain, gaya hidup seseorang juga memengaruhi konten yang mereka bagikan di media sosial, menciptakan lingkaran umpan balik di mana realitas dan representasi diri saling berjaln. Namun, hubungan ini tidak selalu positif. Media sosial dapat memicu budaya konsumtif, mendorong perbandingan sosial yang tidak sehat, dan bahkan menyebabkan masalah kesehatan mental.

4. Sinergi Teori: *Uses and Effect* dan *Social Learning*

Kedua teori ini saling menguatkan. Mahasiswa memilih media yang sesuai dengan kebutuhannya (*uses*), kemudian terpengaruh oleh konten yang dikonsumsi (*effects*), baik dalam bentuk pengetahuan, sikap, maupun gaya hidup. Proses ini diperkuat dengan mekanisme belajar sosial dari Bandura, yakni atensi → retensi reproduksi → motivasi, yang menjelaskan bagaimana mahasiswa meniru gaya hidup yang mereka lihat dari konten media sosial.

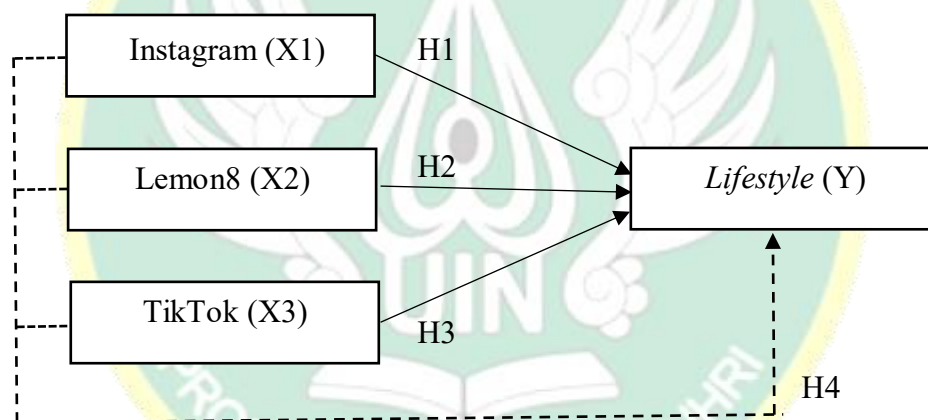
Dengan demikian kajian teori dalam skripsi ini menempatkan mahasiswa bukan sebagai individu pasif tetapi sebagai agen aktif yang membentuk dan dibentuk oleh media sosial. Instagram, Lemon8 dan TikTok tidak hanya sebagai saluran komunikasi tetapi juga “guru gaya hidup” yang membentuk cara berpikir, merasa dan bertindak mahasiswa. Hal ini sejalan dengan *Uses and Effect Theory* dan *Social Learning Theory* sebagai *Grand Theory* yang bersama-sama

menjelaskan mengapa dan bagaimana konten media sosial membentuk *lifestyle* mahasiswa secara psikososial danj kultural.

E. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah sebuah struktur berpikir yang menggunakan beragam model konseptual untuk mengaitkan teori dengan faktor-faktor yang diidentifikasi sebagai permasalahan dalam topik penelitian, disusun secara teratur dan sistematis (Sugiyono, 2017). Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan pada kajian teori diatas, peneliti mempelajari apakah variable aplikasi Instagram, Lemon8 dan TikTok berpengaruh signifikan terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto.

Gambar 2. 2
Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan penelitian Khalifi Arrahman dan Muhamad Nastain (2023), Ahmad Nasir Ari Bowo dan Muhammad Iqbal (2023), serta Fitri Khoiriyyah Nissa et al. (2022), terdapat korelasi positif yang signifikan antara penggunaan Instagram dan gaya hidup mahasiswa. Lisnawita et al. (2020) juga mengkonfirmasi pengaruh signifikan Instagram terhadap *Lifestyle* dan menambahkan dampaknya pada prestasi akademik. Instagram berpengaruh terhadap pola konsumsi, cara berpakaian, dan aspirasi gaya hidup penggunanya melalui konten visual yang menarik dan fitur-fitur interaktif yang memfasilitasi penyebaran tren. Hal ini

menunjukkan bahwa Instagram sebagai platform media sosial berbasis visual mampu menjadi agen sosialisasi gaya hidup kontemporer yang efektif, terutama di kalangan mahasiswa yang sedang dalam fase pembentukan identitas.

Meskipun penelitian tentang Lemon8 masih terbatas karena merupakan platform yang relatif baru, penelitian Dilla Puspitasari dan Rah Utami Nugrahani (2024) menunjukkan bahwa Lemon8 memiliki korelasi positif dengan pemenuhan kebutuhan informasi mengenai Korean fashion style. Hal ini mengindikasikan potensi Lemon8 dalam mempengaruhi aspek fashion sebagai komponen dari *Lifestyle* secara keseluruhan. Secara tidak langsung, korelasi ini mengarah pada kemungkinan pengaruh Lemon8 terhadap gaya hidup, khususnya dalam aspek fashion dan tren budaya Korea yang populer di kalangan generasi muda Indonesia.

Risky Azizah Sinta Ananda dan Andhita Risko Faristiana (2023), Shazrin Daniyah Khansa dan Kinkn Yuliaty Subarsa Putri (2022), serta Rahayu Marina Sari et al. (2023) secara konsisten menemukan pengaruh signifikan TikTok terhadap gaya hidup remaja. Format konten singkat dan algoritma TikTok yang personalisasi membuat platform ini efektif dalam menyebarkan tren gaya hidup secara cepat dan luas. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa TikTok menjadi saluran informasi dan hiburan yang mudah diakses, sehingga memiliki kekuatan dalam membentuk preferensi gaya hidup penggunanya, terutama di kalangan remaja dan generasi muda.

Darwis Lodowich Laana dan Urbanus Sukri (2022) menyoroti bahwa media sosial secara umum, termasuk platform-platform yang dibahas, memiliki pengaruh terhadap *Lifestyle* dengan dampak positif dan negatif tergantung pada cara penggunaannya. Interkorelasi antar variabel menunjukkan bahwa Instagram, Lemon8, dan TikTok memiliki mekanisme pengaruh yang berbeda terhadap *Lifestyle*. Instagram melalui konten visual yang estetik dan aspirasional, Lemon8 melalui informasi *Lifestyle* terstruktur dan tema-tema khusus seperti *fashion*, *traveling* ,

makanan, *make up* dan sebagainya. Sedangkan TikTok melalui konten singkat, viral dan format video yang interaktif.

Ketiga platform bersinergi dalam menciptakan ekosistem media sosial yang saling memperkuat dalam pembentukan *Lifestyle* kontemporer, dengan Instagram sebagai platform yang paling mapan dan Lemon8 sebagai pendatang baru yang mengisi ceruk khusus. Meskipun terdapat variasi dalam subjek penelitian (remaja perempuan, mahasiswa secara umum, atau mahasiswa fakultas tertentu), pola korelasi positif antara penggunaan media sosial dan *Lifestyle* konsisten ditemukan dalam semua penelitian yang dianalisis.

F. Rumusan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dirumuskan pada bentuk pertanyaan. Hipotesis tersebut dianggap sementara karena jawabannya baru berdasarkan pada teori-teori yang relevan, dan belum didukung oleh bukti empiris yang diraih dari pengumpulan data (Sugiyono, 2019). Berikut hipotesis dari penelitian “Pengaruh Konten Pada Platform Media Sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok Terhadap *Lifestyle* Pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa di Purwokerto)”:

1. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap *Lifestyle* Mahasiswa

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nasir Ari Bowo (2023) mengenai pengaruh media social Instagram terhadap gaya hidup mahasiswa Universitas Cokroaminoto Yogyakarta, terdapat dampak signifikan Instagram terhadap mahasiswa di Universitas tersebut. Instagram digunakan sebagai sarana untuk mendapat informasi, mencari hiburan dan media komunikasi. Gaya hidup mahasiswa Universitas Cokroaminoto Yogyakarta dalam menggunakan Instagram dipengaruhi oleh konten yang selalu mereka gemari saat mengakses platform ini. Selain itu, mahasiswa selalu menggunakan Instagram sebagai referensi untuk melihat trend fashion terbaru (Bowo et al., 2023)

Dari uraian tersebut maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H1 : Media sosial Instagram secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto

2. Pengaruh Media Sosial Lemon8 Terhadap *Lifestyle* Mahasiswa

Menurut Bytedance (2020) aplikasi Lemon8 ini termasuk baru di bidang media social yang dibuat oleh teknologi raksasa asal China yang bersaing dengan instagram, karena fiturnya memiliki kesamaan dengan Instagram.. Lemon8 adalah aplikasi berbagi foto dan video sosial untuk berbagi gambar gaya hidup, konten inspiratif, dan rekomendasi. Bayangkan Pinterest dan Instagram bergabung, dan hasilnya mungkin seperti Lemon8. Platform media sosial ini memungkinkan pengguna menelusuri feed pilihan yang menampilkan konten kecantikan, kesehatan, kebugaran, dan perjalanan – dengan kata lain, mimpi estetika yang aspiratif. Umpan memungkinkan Anda melihat gambar di sisi kiri dan kanan halaman, dan memungkinkan Anda menggulir dan memanfaatkan konten yang mungkin ingin Anda lihat lebih banyak. Setelah mengeklik foto atau video, Anda akan melihat lebih banyak keterangan, yang sering kali dibuat panjang dan informatif oleh pembuat konten, tidak seperti aplikasi media sosial lainnya. Saat pertama kali diunduh, aplikasi meminta Anda memilih dari berbagai minat, seperti mode, tata rias, dekorasi rumah, dan kebugaran (Qoria, 2023)

Dari uraian tersebut dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H2 : Media social Lemon8 secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto

3. Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap *Lifestyle* Mahasiswa

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Resdati, 2023) mengenai fenomena penggunaan TikTok yang terjadi pada remaja di Desa Bangko Permata Kecamatan Bangko Pusako Rokan Hilir, remaja memandang TikTok sebagai aplikasi hiburan yang membantu mereka melepas penat setelah beraktivitas disekolah.

Mereka tertarik menggunakan TikTok karena aplikasi ini menawarkan berbagai fitur dan trend menarik meskipun durasinya singkat, membuatnya tetap menyenangkan. Trend TikTok juga membawaperubahan dalam kehidupan para remaja yang aktif menggunakannya. Pengaruh TikTok terhadap gaya hidup mereka terlihat dalam pilihan makanan yang mereka buat atau beli, serta dalam pilihan pakaian yang bisa bermerek atau tidak, namun tetap nyaman. Selain itu, trend TikTok mempengaruhi gaya Bahasa mereka, seringkali mengikuti bahasa gaul yang populer di aplikasi tersebut. Dari penjelasan tersebut maka bisa diambil hipotesis sebagai berikut :

H3 : Media social TikTok seacara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto

4. Pengaruh Media Sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok Terhadap *Lifestyle* Mahasiswa

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Khansa & Putri, 2022) media sosial TikTok mempengaruhi gaya hidup remaja karena aplikasi ini menyediakan akses mudah ke berbagai informasi dan hiburan. Menurut (Sari & Resdati, 2023) mengenai fenomena penggunaan TikTok di kalangan remaja di Desa Bangko Permata menunjukan bahwa mereka menganggap TikTok sebagai aplikasi hiburan untuk melepas lelah setelah menjalani berbagai aktivitas. Alasan mereka memakai TikTok adalah sebab aplikasi ini mempunyai berbagai fitur dan *trend* yang membuatnya menyenangkan untuk digunakan. Fenomena ini menunjukan bahwa trend TikTok mampu membawa perubahan bagi para penggunanya. Dari uraian tersebut dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H4 : Konten pada platform media social Instagram, Lemon8 dan TikTok secara simultan berpengaruh terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan pemakaian alat uji statistik parametrik untuk mengukur data yang berbentuk angka. Metode kuantitatif memfokuskan pada pengumpulan data numerik yang kemudian dianalisis menggunakan statistik sebagai alat uji untuk menyimpulkan hasil penelitian terkait dengan masalah yang diteliti (Sugiyono, 2017d).

Pendekatan kuantitatif dipilih dalam penelitian ini karena memungkinkan peneliti untuk mengukur secara objektif pengaruh variabel independen (Instagram, Lemon8, dan TikTok) terhadap variabel dependen (*Lifestyle*) dengan melibatkan sampel yang representatif dari populasi yang diteliti. Hal ini sesuai dengan pandangan (Neuman, 2014) yang menyatakan bahwa penelitian kuantitatif menekankan pada objektivitas dalam mengukur dan mendeskripsikan fenomena.

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian explanatory (eksplanatori). Penelitian explanatory adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Singarimbun, M., & Effendi, 2008). Menurut (Zulganef, 2018) penelitian explanatory merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan *explanatory* dipilih untuk menjelaskan pengaruh penggunaan media sosial Instagram, Lemon8, dan TikTok terhadap gaya hidup (*Lifestyle*) mahasiswa. Jenis penelitian ini memungkinkan peneliti tidak hanya sekadar mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menjelaskan mengapa dan bagaimana fenomena tersebut terjadi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Purwokerto. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama empat bulan, dimulai pada bulan Agustus 2024 dan berakhir pada bulan November 2024. Lokasi ini dipilih karena karakteristik geografis dan demografisnya yang sesuai dengan tujuan penelitian. Rentang waktu tersebut memungkinkan pengumpulan data yang komprehensif sesuai dengan metodologi yang ditetapkan dalam rancangan penelitian.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi ialah kumpulan objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan ciri khusus. Populasi tidak cuman terbatas pada orang, tetapi juga mencakup objek dan benda lainnya. Ini mencakup tidak hanya jumlah objek atau subjek, tetapi juga semua karakteristik atau sifat yang mereka miliki (Sugiyono, 2019).

Penulis mengambil populasi mahasiswa aktif berdasarkan 4 Universitas dengan jumlah mahasiswa terbanyak yang ada di Purwokerto yaitu UIN SAIZU, UNSOED, UMP dan AMIKOM. Berdasarkan data dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) dan informasi yang dipublikasikan oleh masing-masing universitas, estimasi jumlah mahasiswa aktif di keempat universitas tersebut 57.813 dimana UIN SAIZU memiliki jumlah mahasiswa 14.514, UNSOED sebanyak 24.376, UMP sebanyak 15.442 dan AMIKOM sebanyak 3.481. Pemilihan populasi dipilih berdasarkan kriteria untuk mahasiswa aktif yang menggunakan media sosial Instagram, Lemon8 dan Tiktok.

2. Sampel

Sementara itu, sampel ialah sebagian dari total dan karakteristik yang dipunyai oleh populasi tersebut. Sampel wajib diambil dari populasi yang benar-benar representif atau mewakili (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan metode Probability Sampling Sampling yang memungkinkan setiap anggota populasi (dalam penelitian ini, mahasiswa di Purwokerto) memiliki peluang yang sama untuk terpilih

sebagai sampel untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili karakteristik seluruh populasi mahasiswa di Purwokerto. Penelitian ini menerapkan Rumus Slovin dengan Tingkat kesalahan sebesar 10% untuk menentukan sampel penelitian. Alasan digunakannya Tingkat kesalahan 0,1 karena populasinya dalam jumlah besar. Teknik pengambilan sampel *Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan Ketika populasi memiliki variasi atau lapisan yang tidak seragam dan tersebar proporsional (Sugiyono, 2017)

Tabel 3. 1
Daftar Jumlah Mahasiswa UIN SAIZU, UNSOED,
UMP dan AMIKOM

No.	Nama Instansi	Jumlah Mahasiswa
1	UIN SAIZU	14.514
2	UNSOED	24.376
3	UMP	15.442
4	AMIKOM	3.481
Jumlah		57.813

Sumber : ppdikti.kemendikbud.ac.id

Berikut rumus slovin :

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

Keterangan

n : ukuran sampel

N : populasi

e :presentase kelonggaran ketidakterkaitan karena kesalahan pengambilan sampel (0,1)

Jadi besar sampel yang bisa dihitung yaitu

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)} = \frac{57.813}{1 + (57.813 \times 0,1^2)} = 99,82$$

Jumlah sampel yang akan diambil adalah 100 mahasiswa dengan menggunakan pembulatan ke atas. Peneliti juga menggunakan

rumus perhitungan proporsional stratified random sampling pada masing-masing anggota populasi, penggunaan rumus ini berfungsi untuk menentukan ukuran sampel pada setiap populasi. Berikut rumus proporsional stratified random sampling :

$$ni = \frac{Ni}{n} \times n$$

Keterangan

ni : jumlah sampel menurut stratum

n : jumlah sampel sebenarnya

Ni : jumlah populasi menurut stratum

N : jumlah populasi sebenarnya

Masing-masing strata diambil sampelnya sejumlah berikut :

Tabel 3. 2
Penerapan Rumus Proporsional Stratified Random Sampling

Universitas	Penerapan Rumus	Jumlah Sampel yang diambil
UIN SAIZU	$ni = \frac{Ni}{n} \times n$ $ni = \frac{14.514}{57.813} \times 100$ Ni = 25,10 dibulatkan 25	25
UNSOED	$ni = \frac{24.376}{57.813} \times 100$ Ni = 42,16 dibulatkan 42	42

UMP	$ni = \frac{15.442}{57.813} \times 100$ Ni = 26,71 dibulatkan 27	27
AMIKOM	$ni = \frac{3.481}{57.813} \times 100$ Ni = 6,02 dibulatkan 6	6

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2024

D. Variabel Dan Indikator Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), Atribut, karakteristik, atau nilai-nilai seseorang, objek, atau aktivitas yang menunjukkan variasi tertentu dan dipilih oleh peneliti untuk penelitian yang pada akhirnya menghasilkan suatu kesimpulan disebut sebagai variabel penelitian. Ada dua macam variable dalam penelitian:

1. Variabel Independen

Variabel yang mempengaruhi perilaku atau perubahan variable terikat disebut dengan variable bebas. Variable independent dalam penelitian ini terdiri dari Instagram (X1), Lemon8 (X2), dan TikTok (X3).

2. Variabel Dependen/terikat

Variable yang muncul atau berkembang sebagai akibat pengaruh variable bebas disebut variable terikat. Variable dependen juga sering disebut variable hasil, output dan konsekuensi. Dalam penelitian ini variable terikatnya adalah *Lifestyle* (Y).

Tabel 3. 3
Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	Instagram (X1) Instagram adalah satu dari platform media sosial yang telah jadi	Visual aesthetic, personal branding	Likert 1-5

	bagian dari gaya hidup terbaru di kalangan masyarakat, terutama dikalangan anak remaja yang mengintegrasikan media sosial pada kehidupan kesehariannya. Instagram ialah aplikasi membagi foto yang memungkinkan pemakai mengambil gambar, mengeditnya dengan filter digital, dan membagikannya.		
2.	Lemon8 (X2) Lemon8 digambarkan sebagai kombinasi antara Instagram dan Pinterest dengan focus pada gaya hidup.	Product recommendation, lifestyle tips	Likert 1-5
3.	TikTok (X3) TikTok adalah platform media sosial yang populer saat ini, dirancang untuk membuat dan berbagai konten video singkat yang kreatif.	Viral trends, short videos, entertainment	Likert 1-5
4.	<i>Lifestyle</i> (Y) Gaya hidup adalah sekumpulan perilaku yang	Gaya berpakaian, pola aktivitas, interaksi sosial	Likert 1-5

	mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk di dalam hubungan sosial, konsumsi barang, entertainment, dan cara berbusana.		
--	--	--	--

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu tindakan pengamatan dengan melibatkan proses psikologis dan juga biologis. Peneliti tidak akan terlibat secara langsung dalam penelitian ini, jadi observasi non-partisipasi akan digunakan untuk mengumpulkan data. dalam situasi yang diamatinya kemudian hanya menjadi pengawat independent saja. Observasi yang dilakukan dengan menggunakan menggunakan pendekatan terstruktur dimana penulis akan melakukan pengamatan secara sistematis dengan menggunakan perencanaan yang jelas mengenai objek yang akan diteliti, kapan waktu penelitian akan dilakukan dan tempat yang akan dilakukan penelitian (Sugiyono, 2013)

2. Kuesioner/angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengajuan beberapa jenis pertanyaan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017) Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyusun beberapa pertanyaan dalam bentuk Google Form yang kemudian akan didistribusikan kepada mahasiswa di Purwokerto. Penelitian ini akan memakai skala Likert yang mempunyai skala dari sangat negatif hingga sangat positif. Respon untuk pertanyaan yang sangat

negatif akan menggunakan "sangat tidak setuju" dengan nilai 1, sedangkan respon untuk pertanyaan yang sangat positif akan menggunakan "sangat setuju" dengan nilai 5.

Purwokerto, dengan statusnya sebagai pusat pendidikan di wilayah Banyumas, memiliki karakteristik demografi yang sangat relevan dengan penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa. Jumlah penduduk yang signifikan, yang didominasi oleh kelompok usia muda, menciptakan pasar potensial bagi platform media sosial seperti Instagram, Lemon8, dan TikTok. Keberadaan universitas-universitas terkemuka seperti Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed) dan Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) menarik ribuan mahasiswa dari berbagai daerah, menghasilkan keragaman gaya hidup yang menarik untuk diteliti. Untuk penelitian ini menggunakan kuesioner yang akan disebar di 4 Universitas dengan jumlah mahasiswa terbanyak yaitu UNSOED, UMP, UIN SAIZU dan AMIKOM.

3. Sumber data

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2016:308) Data primer ialah data yang langsung memberi data kepada pengumpul data. Pada penelitian kuantitatif biasanya data primer diraih dari eksperimen dan juga survei seperti observasi, wawancara dan penggunaan kuesioner. Data primer untuk penelitian ini akan dihimpun dengan pengisian kuesioner oleh mahasiswa di Purwokerto.

2. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2016:225) data sekunder ialah sumber data yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data, tetapi melalui perantara, seperti melalui orang lain atau dokumen tertulis. Contoh sumber data sekunder meliputi buku, skripsi dan jurnal yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan

F. Analisis Data Penelitian

1. Teknik Analisis Data

a. Gambaran Umum Responden

Analisis karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan dengan metode statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan Teknik analisis yang berfungsi untuk menggambarkan atau memberikan informasi mengenai data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud membuat Kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2017b). Dalam penelitian ini karakteristik responden dianalisis berdasarkan beberapa variabel demografis seperti jenis kelamin, usia, universitas dan intensitas penggunaan media sosial. Teknik analisis yang digunakan dalam statistik deskriptif ini meliputi perhitungan frekuensi dan presentase untuk data kategorikal, perhitungan nilai rata-rata, nilai Tengah dan modus untuk data numerik, penyajian data dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan visualisasi data.

Mengubah data ordinal menjadi data interval adalah proses transformasi yang memungkinkan data ordinal, yang memiliki urutan tetapi tidak memiliki jarak yang sama antar kategori, untuk dianalisis dengan metode statistik yang lebih canggih yang memerlukan data interval atau rasio. Metode transformasi yang digunakan dalam program Ordi ini adalah Method of Successive Interval, Hays (1976) dengan tahapan-tahapan berikut :

1. Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori
2. Menghitung proporsi pada masing-masing kategori
3. Dari proporsi yang diperoleh, dihitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori.
4. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif
5. Menentukan absis Z) untuk setiap kategori, dengan rumus

$$\delta(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{\left(-\frac{Z^2}{2}\right)}, -\infty < Z < +\infty$$

6. Menghitung scale value (interval rata-rata) untuk setiap kategori

$$Scale = \frac{kepadatan\ batas\ bawah - kepadatan\ batas\ atas}{daerah\ di\ bawah\ batas\ atas - daerah\ di\ bawah\ batas\ bawah}$$

7. Menghitung score (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui persamaan :

$$score = scale\ value + |scale\ value_{min}| + 1$$

(Junaidi, 2015)

Tahapan uji t yaitu sebagai berikut :

- a) Menentukan formulasi hipotesis penelitian

Ho1 : media sosial Instagram secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa

Ha1 : media sosial Instagram secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa

Ho2 : media sosial Lemon8 secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa

Ha2 : media sosial Lemon8 secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa

Ho3 : media sosial TikTok secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa

Ha3 : media sosial TikTok secara parsial berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa

- b) Menentukan tingkat signifikansi sebesar 10% dengan tingkat kebenaran sebesar 90%

- c) Menghitung nilai t hitung dengan rumus $t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$

(Sugiyono, 2017b)

- d) Menentukan nilai t tabel dengan $dk = n - k$

- e) Menentukan kriteria penerimaan hipotesis penelitian

Ho diterima jika nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi (sig) $> 0,1$ maka terbukti antara variabel X tidak berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap variabel Y

Ha diterima jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi (sig) $< 0,1$ maka terbukti antara variabel X berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap variabel Y

- f) Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau nilai signifikansi dengan α
- g) Menarik Kesimpulan

Ada beberapa tahapan dalam uji F diantaranya yaitu:

- a) Menentukan formulasi hipotesis penelitian

Ho4 : media sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa

Ha4 : media sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok secara simultan berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa

- b) Menentukan tingkat signifikansi sebesar 10% dengan tingkat kebenaran sebesar 90%

- c) Menghitung nilai F hitung dengan rumus $F_{hitung} =$

$$\frac{R^2}{(1-R^2)/(n-k-1)} \text{ (Ghozali, 2018)}$$

- d) Menentukan nilai F tabel dengan $dk = (k ; n - k)$

- e) Menentukan kriteria penerimaan hipotesis penelitian

Ho diterima jika nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi (sig) $> 0,1$ maka terbukti antara variabel X tidak berpengaruh positif terhadap variabel Y

Ha diterima jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi (sig) $< 0,1$ maka terbukti antara variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y

- f) Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel atau nilai signifikansi dengan alpha
- g) Menarik Kesimpulan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik analisis data menggunakan uji statistik yaitu:

a. Uji Instrumen Data

1) Uji Validitas

Menurut (Sugiharto & Sitinjak, 2006) validitas berhubungan dengan sejauh mana sebuah alat pengukur menilai apa yang seharusnya diukur. Pada konteks penelitian, validitas mengacu pada seberapa tepat alat pengukur mengukur esensi dari apa yang sebenarnya diukur. (Ghozali, 2009) menyatakan bahwa uji validitas dipakai agar menetapkan apakah suatu kuesioner dianggap sah atau valid. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan yang ada di dalamnya bisa dengan tepat menyatakan hal-hal yang seharusnya diukur oleh kuesioner itu. Dalam uji validitas terdapat dua kategori pengukuran yakni menggambarkan korelasi antar keseluruhan item dan menggambarkan keseluruhan konstruk. Untuk Tingkat signifikansi yang digunakan untuk menguji validitas adalah 0,1. Adapun syarat untuk pengujian validitas adalah:

- a) H_0 diterima apabila nilai korelasi terhitung (r_{hitung}) $>$ nilai korelasi tabel (r_{tabel}) maka dapat diindikasikan bahwa alat pengukuran yang digunakan memiliki validitas.
- b) H_0 ditolak apabila nilai korelasi terhitung (r_{hitung}) $<$ nilai korelasi tabel (r_{tabel}) hal ini menunjukkan bahwa alat pengukuran yang digunakan tidak valid.

Rumus Uji Validitas (Korelasi Product Moment Pearson)

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

Dimana:

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

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum Y$ = Jumlah skor total

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor item dan skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

2) Uji Reliabilitas

Menurut Notoatmojo, reliabilitas merupakan suatu indicator yang mengukur sejauh mana sebuah instrument dapat menghasilkan data yang valid atau dapat diandalkan. Dengan arti lain, uji reliabilitas dapat memberikan informasi tentang seberapa konsisten alat pengukur. Ketika pengukuran dilakukan secara berulang. Keandalan suatu alat ukur dianggap tinggi jika memberikan hasil yang konsisten meskipun digunakan dalam situasi pengukuran yang berulang-ulang. Pengujian reliabilitas bisa dilakukan menggunakan metode tertentu untuk memastikan keseragaman instrument. Suatu kuesioner reliabel jika nilai Alpha minimal 0,1 (Janna, 2021)

Rumus Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)

$$\alpha = \left(k / (k - 1) \right) \times \left(1 - \left(\sum \alpha_i^2 / \alpha_x^2 \right) \right)$$

Dimana:

α = Koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varians masing-masing item

$$\sigma^2_x = \text{Varians total}$$

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Dalam rangka penelitian ini, penulis memakai uji Kolmogorov-Smirnov untuk menguji normalitas data dan menentukan apakah residual yang diamati memiliki distribusi normal. Untuk menilai distribusi normal, penulis mempertimbangkan nilai Asymp Sig dengan anggapan bahwa data dianggap berdistribusi normal bilamana nilai Asymp Sig lebih besar dari 0,1 (Budiastuti S. et al., 2022)

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai untuk mengidentifikasi adanya korelasi diantara variabel-variabel bebas (independent). Salah satu metode untuk mengevaluasi keberadaan multikolinearitas adalah dengan menilai *Variance Inflating Factor* (VIF) untuk setiap variable bebas terhadap variabel terikat. Dalam konteks ini, model dianggap tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) pada setiap variable bebas $< 0,1$ (Budiastuti S. et al., 2022)

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai agar menilai apakah ada variasi yang tidak selaras dalam model regresi. Uji park dapat digunakan untuk mengidentifikasi heterokedastisitas. Dalam pendekatan ini, perbandingan antara koefisien dari setiap variable bebas (independent) dengan nilai residualnya digunakan untuk mendeteksi adanya indikasi heterokedastisitas. Jika nilai signifikan (sig) lebih besar dari nilai alfa (α) 0,1 maka bisa disimpulkan yakni model penelitian tidak menunjukkan keberadaan heterokedastisitas (Budiastuti S. et al., 2022)

c. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variable bebas atau indicator. Analisis yang bertujuan untuk menguji pengaruh variable dependen dengan dua atau lebih variable independent. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda agar mengidentifikasi dampak dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen. Peneliti memanfaatkan model ini untuk memahami pengaruh konten pada platform Instagram (x_1), Lemon8 (x_2), dan TikTok (x_3) terhadap *Lifestyle* mahasiswa (y). rumus persamaan yang diterapkan dalam analisis ini adalah :

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

$\hat{Y}$ = *Lifestyle* Mahasiswa (variabel dependen)

A = Konstanta

b_1 = koefisien regresi Instagram

b_2 = koefisien regresi Lemon8

b_3 = koefisien regresi TikTok

x_1 = Instagram (variabel independen)

x_2 = Lemon8 (variabel independen)

x_3 = TikTok (variabel independen)

e = Nilai residu (Budiastuti S. et al., 2022)

1) Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji ini bertujuan untuk menilai pengaruh parsial Instagram, Lemon8 dan TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto. apakah variabel terikat, atau variabel dependen, secara sebagian dipengaruhi oleh model regresi variabel bebas (independen) dalam konteks regresi linear berganda. Uji t, sebagai alat statistik, memiliki peran krusial dalam menentukan signifikansi perbedaan antara rata-rata dua kelompok atau rata-

rata kelompok tunggal terhadap nilai tertentu. Tahapan uji t dimulai dengan menentukan tujuan pengujian, apakah untuk menguji perbedaan dua arah (two-tailed) atau satu arah (one-tailed), diikuti dengan perumusan hipotesis nol dan alternatif. Pemilihan data yang akan dianalisis menjadi langkah berikutnya, diikuti dengan perhitungan nilai t yang akan dibandingkan dengan nilai kritis. Tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini 0,1 ditetapkan untuk menentukan ambang batas signifikansi. Kesimpulan kemudian ditarik berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan nilai kritis. Dalam praktiknya, uji t sering dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS. Langkah-langkahnya meliputi memasukkan data ke SPSS, memilih menu "Analyze", lalu "Compare Means", dan memilih jenis uji t yang sesuai (misalnya, "One-Sample T Test"). Variabel yang akan dianalisis dipilih, dan nilai yang ingin diuji dimasukkan. Opsi tambahan dapat disesuaikan sebelum hasil analisis ditampilkan. Dengan demikian, uji t memberikan landasan statistik yang kuat untuk membandingkan rata-rata dan menguji hipotesis dalam berbagai bidang penelitian.

Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini sebagai berikut:

- a) H1 : media sosial Instagram berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa
- b) H2 : media sosial Lemon8 berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa
- c) H3 : media sosial TikTok berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa

Keputusan diambil berdasarkan kriteria berikut:

- a) Hipotesis diterima apabila nilai t-hitung $>$ t-tabel atau nilai signifikansi (sig) $<$ 0,1 maka terbukti antara variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

b) Hipotesis ditolak apabila nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi (sig) $> 0,1$ maka terbukti antara variabel X tidak terdapat pengaruh terhadap variabel Y (Mardiatmoko, 2020)

2) Uji F Simultan

Uji ini dirancang untuk mengevaluasi pengaruh simultan Instagram, Lemon8, dan TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto. Untuk menentukan apakah ketiga platform media sosial tersebut secara bersama-sama memengaruhi gaya hidup mahasiswa, nilai F-hitung dibandingkan dengan nilai F-tabel. Uji F, yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh simultan variabel-variabel media sosial ini, melibatkan serangkaian langkah sistematis. Pertama, nilai F-hitung diperoleh dari data penelitian. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai F-tabel, yang ditentukan berdasarkan derajat kebebasan dan tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,1. Jika nilai F-hitung lebih besar dari nilai F-tabel, ini menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan, dan ketiga variabel media sosial tersebut secara bersama-sama memengaruhi gaya hidup mahasiswa. Sebaliknya, jika nilai signifikansi F-hitung lebih besar dari 0,1, ketiga variabel media sosial tersebut tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap gaya hidup mahasiswa. Dengan demikian, uji F memberikan gambaran tentang signifikansi keseluruhan model regresi dalam menjelaskan variasi gaya hidup mahasiswa di Purwokerto.

Dalam konteks ini, hipotesis yang diajukan adalah:

a) H_4 : media sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa.

Keputusan diambil berdasarkan kriteria berikut:

- a) Hipotesis diterima jika nilai $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ atau nilai $\text{sig} < 0,1$ maka terdapat pengaruh antara *independent variable* (X) dengan *dependent variable* (Y)
 - b) Hipotesis ditolak jika nilai $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ atau nilai $\text{sig} > 0,1$ maka tidak terdapat pengaruh antara *independent variable* (X) dengan *dependent variable* (Y) (Mardiatmoko, 2020)
- 3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi memberikan informasi tentang sejauh mana Instagram, Lemon8 dan TikTok secara Bersama-sama berkontribusi terhadap variasi dalam gaya hidup mahasiswa di Purwokerto. Ini digunakan untuk mengevaluasi persentase kontribusi ketiga platform media sosial tersebut terhadap variasi dalam gaya hidup mahasiswa (Mardiatmoko, 2020)



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wilayah Purwokerto

1. Letak Geografis

Purwokerto merupakan kota yang terletak di kaki Gunung Slamet di bagian barat daya Jawa Tengah ini menawarkan suasana sejuk dan pemandangan alam yang indah. Sebagai Ibu Kota Kabupaten Banyumas, Purwokerto terbagi menjadi empat kecamatan dan menjadi pusat pemerintahan serta kegiatan ekonomi di wilayah ini. Kota ini juga dikenal dengan tanahnya yang subur dan udara yang bersih, berkat pengaruh gunung Slamte. Selain itu, Purwokerto berbatasan dengan sokaraja dan diantara kedua kota ini mengalir Kali Pelus.

Kota Purwokerto berada pada ketinggian rata-rata 183,87 meter di atas permukaan laut, membuat suhu di Purwokerto cenderung sejuk. Keindahan alam Purwokerto tidak hanya terbatas pada gunung, tetapi juga terdapat Sungai, hutan dan Perkebunan yang hijau. Selain itu masyarakat Purwokerto dikenal sangat ramah dan bersahaja. Keramahan ini menjadi ciri khas yang mudah dikenali oleh siapapun yang berkunjung ke kota ini.

Tingkat Pendidikan masyarakat Purwokerto cukup tinggi. Hal ini didukung oleh keberadaan beberapa perguruan tinggi ternama di Purwokerto. Sebagian besar masyarakat Purwokerto bekerja di sektor pertanian, perdagangan dan jasa. Selain itu, banyak juga masyarakat Purwokerto yang bekerja sebagai pegawai negeri atau karyawan swasta. Purwokerto merupakan kota pendidikan dengan beberapa universitas dan perguruan tinggi yang memiliki populasi mahasiswa yang cukup besar dan beragam. Hal ini memberikan sampel penelitian yang representatif untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa.

Meskipun belum ditemukan data yang sangat spesifik tentang penetrasi Instagram, TikTok, dan Lemon8 di kalangan mahasiswa

Purwokerto tahun 2024 dari sumber-sumber terpercaya dalam basis pengetahuan saya yang berakhir pada Oktober 2024. Berikut adalah estimasi berdasarkan beberapa studi terkait dan tren umum penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Indonesia:

Tabel 4.1
Estimasi Penetrasi Media Sosial di Kalangan Mahasiswa
Purwokerto (2024)

Platform Media Sosial	Estimasi Penetrasi (%)	Frekuensi Penggunaan Harian (jam)	Kelompok Usia Dominan
Instagram	85-90%	1.5-2.5	18-24 tahun
TikTok	75-80%	2-3	18-22 tahun
Lemon8	15-20%	0.5-1	19-25 tahun

Sumber : TIK oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (2023-2024)

Data di atas merupakan estimasi yang diadaptasi dari tren nasional dan regional, ukan hasil survei spesifik di Purwokerto. Penetrasi Lemon8 masih relative rendah karena merupakan platform yang lebih baru dibandingkan Instagram dan TikTok. Data menunjukkan bahwa Instagram dan TikTok memiliki penetrasi yang sangat tinggi di kalangan mahasiswa (85-90% dan 75-80%), dengan frekuensi penggunaan harian yang cukup lama (1.5-3 jam). Hal ini menunjukkan bahwa kedua platform ini sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa, dan oleh karena itu, pengaruhnya terhadap gaya hidup mereka layak untuk diteliti.

Meskipun Lemon8 memiliki penetrasi yang lebih rendah (15-20%), platform ini tetap relevan dengan kelompok usia mahasiswa (19-25 tahun)

dan menawarkan fokus yang unik pada konten visual gaya hidup. Hal ini menjadikannya platform yang menarik untuk diteliti dalam konteks pengaruh media sosial terhadap gaya hidup. Kelompok usia dominan pengguna Instagram, TikTok, dan Lemon8 (18-25 tahun) sesuai dengan kelompok usia mahasiswa. Karakteristik unik gaya hidup mahasiswa Purwokerto, yang dipengaruhi oleh faktor lokal dan pengaruh kota besar, menawarkan konteks menarik untuk penelitian. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi akademis yang berharga tentang pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa dalam konteks lokal Purwokerto.

2. Profil Singkat Perguruan Tinggi di Purwokerto

Purwokerto tidak hanya disebut sebagai kota Satria, tetapi juga sebagai kota pelajar. Hal ini dikarenakan kota Purwokerto mempunyai banyak kampus. Berdasarkan penelusuran situs resmi PDDikti, total ada 14 perguruan tinggi di Purwokerto. Dalam penelitian ini, peneliti memilih responden yang berasal dari empat universitas di Purwokerto berikut ini :

a. UIN K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Universitas Islam Negeri Profesor K.H. Saifuddin Zuhri (UIN Saizu) Purwokerto adalah sebuah perguruan tinggi keagamaan islam yang terletak di Purwokerto, Jawa Tengah. Sebelumnya dikenal sebagai Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, statusnya ditingkatkan menjadi Universitas berdasarkan Peraturan Presiden pada tahun 2021. Nama “Saifuddin Zuhri” dipilih untuk menghormati seorang tokoh penting Indonesia yang berasal dari Banyumas, yaitu K.H. Saifuddin Zuhri, seorang ulama, wartawan dan politikus.

UIN Saizu menawarkan berbagai program studi mulai dari jenjang sarjana hingga doctoral, mencakup bidang agama, ilmu social dan ilmu-ilmu lainnya. Kampus utama UIN Saizu berada di pusat kota Purwokerto, sedangkan kampus kedua terletak di wilayah Padamara, Purbalingga. Perubahan status IAIN Purwokerto menjadi UIN Saizu bertujuan untuk meningkatkan kualitas Pendidikan, memperluas

cakupan ilmu yang diajarkan dan menghasilkan lulusan yang lebih berkualitas serta mampu bersaing di Tingkat nasional maupun internasional.

Gambar 4. 1
Logo UIN K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto



Sumber : website resmi UIN K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

b. Universitas Jendral Soedirman

Universitas Jenderal Soedirman, atau lebih dikenal dengan Unsoed, adalah salah satu perguruan tinggi negeri tertua dan terkemuka di Jawa Tengah. Didirikan pada tahun 1963 dan dinamai berdasarkan nama pahlawan nasional Jenderal Soedirman, Unsoed memiliki sejarah panjang dalam mencetak lulusan berkualitas.

Sebagai salah satu universitas favorit di Indonesia, Unsoed selalu diminati oleh ribuan calon mahasiswa setiap tahunnya. Hal ini dibuktikan dengan tingginya tingkat persaingan dalam seleksi masuk dan berbagai prestasi yang diraih oleh universitas ini, baik di tingkat nasional maupun internasional. Beberapa lembaga pemeringkatan dunia seperti SCImago Institutions Ranking dan Webometrics menempatkan Unsoed dalam jajaran 20 besar perguruan tinggi terbaik di Indonesia.

Unsoed memiliki keunggulan dalam bidang pemberdayaan masyarakat desa dan pelestarian kearifan lokal. Dengan 12 fakultas yang menyelenggarakan berbagai program studi, mulai dari vokasi hingga doktoral, Unsoed berkomitmen untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya kompeten di bidang akademik, tetapi juga memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat.

Secara singkat, Unsoed adalah perguruan tinggi yang terus berkembang dan berupaya menjadi universitas kelas dunia yang berorientasi pada masyarakat. Dengan sejarah yang panjang, prestasi yang membanggakan, dan komitmen yang kuat terhadap pengembangan sumber daya manusia, Unsoed menjadi pilihan yang tepat bagi mereka yang ingin melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi.

Gambar 4. 2
Logo Universitas Negeri Jendral Soedirman



Sumber : website resmi Universitas Jendral Soedirman

c. Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta terbesar dan terbaik di Jawa Tengah bagian barat. Dengan akreditasi unggul, UMP menunjukkan komitmennya dalam menyediakan Pendidikan berkualitas tinggi. UMP memiliki Kerjasama yang kuat dengan berbagai perguruan tinggi ternama di dunia, serta instansi pemerintah dan industry di Indonesia.

Tenaga pengajar yang berkualitas, fasilitas modern seperti perpustakaan dan laboratorium serta jaringan internet yang memadai mendukung proses belajar-mengajar di UMP. UMP menawarkan berbagai program studi mulai dari Diploma III, Diploma IV, sarjana hingga Pascasarjana serta program profesi. Berawal dari IKIP Muhammadiyah Purwokerto pada tahun 1965, UMP terus berkembang dan menjadi salah satu perguruan tinggi swasta yang diperhitungkan di Indonesia.

Gambar 4. 3
Logo Universitas Muhammadiyah Purwokerto



Sumber : website resmi Universitas Muhammadiyah Purwokerto

d. Universitas AMIKOM Purwokerto

Universitas Amikom Purwokerto adalah sebuah perguruan tinggi swasta yang berfokus pada pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya di bidang informatika dan bisnis. Terletak di Purwokerto, Jawa Tengah, universitas ini menawarkan program studi yang relevan dengan perkembangan zaman, seperti informatika, Ilmu Komunikasi, Bisnis Digital dan Bahasa Inggris. Kurikulum yang disusun menggabungkan teori dengan praktik, sehingga lulusan Amikom siap menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin kompetitif.

Kampus utama Amikom terletak di Lokasi yang strategis, dekat dengan pusat kota Purwokerto dan berbagai fasilitas umum. Amikom menawarkan program studi yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja saat ini. Metode pembelajaran yang inovatif dan penggunaan teknologi terkini membuat proses belajar menjadi lebih menarik dan efektif

Gambar 4. 4
Logo Universitas AMIKOM Purwokerto



Sumber : website resmi Universitas AMIKOM Purwokerto

B. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, sumber data primer adalah kuesioner online dengan 100 responden. Mahasiswa di Purwokerto yang telah menggunakan aplikasi *e-commerce* setidaknya satu kali, menggunakan *e-wallet* dan merupakan pengguna sosial media aktif dikirim survei ini. Jumlah kuesioner yang disebar dan digunakan dalam penelitian ditunjukkan di bawah ini :

Tabel 4. 1
Hasil Jawaban Kuisisioner Yang disebar

No.	Keterangan	Jumlah Responden
1.	Kuisisioner Terkumpul	124
2.	Kuisisioner Tidak Digunakan	24
3.	Kuisisioner Digunakan	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Data dalam tabel 4.1 di atas merupakan hasil yang diperoleh peneliti setelah melakukan penyebaran kuisisioner melalui *googleform*. Dari kuisisioner yang dibagikan, total keseluruhan responden yang didapat sejumlah 124 orang. Namun dari total seluruh data yang

diperoleh, sesuai kriteria yang telah ditentukan, peneliti hanya menggunakan 100 responden dan 24 tidak digunakan karena terdapat masalah setelah dilakukan pengujian. Setelah data responden diperoleh kemudian peneliti mengidentifikasi responden berdasarkan usia, gender, universitas dan uang saku/penghasilan perbulan. Pengklasifikasian responden ini dilakukan agar data yang digunakan peneliti akurat, jelas dan seluruh kriterianya terpenuhi.

Berikut karakteristik responden yang dituju:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Informasi responden berikut dikumpulkan dari jumlah total kuesioner yang digunakan :

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Gender	Jumlah Frekuensi	Presentase
Perempuan	62	62%
Laki Laki	38	38%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Dalam konteks penelitian yang berfokus pada pengaruh konten media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto, karakteristik responden berdasarkan gender mengungkapkan ketidakseimbangan yang signifikan. Dari total 100 responden, mayoritas adalah perempuan, dengan jumlah 62 orang atau 62% dari keseluruhan sampel. Sementara itu, responden laki-laki hanya berjumlah 38 orang atau 38% dari sampel. Dominasi responden perempuan ini mengindikasikan bahwa perspektif dan pengalaman perempuan mungkin lebih dominan dalam data penelitian. Hal ini menjadi penting untuk diperhatikan dalam interpretasi hasil, terutama mengingat fokus penelitian pada pengaruh media sosial

terhadap gaya hidup, di mana perbedaan gender dalam penggunaan dan persepsi media sosial dapat memainkan peran penting.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kualitas usia yang diperoleh dari informasi responden sebagai berikut :

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Frekuensi	<i>Presentase</i>
< 20 tahun	22	22%
20-25 tahun	76	76%
>25 tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Berdasarkan data yang disajikan, karakteristik responden penelitian didominasi oleh kelompok usia 20-25 tahun, yang mencakup 76% dari total sampel, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa tipikal. Kelompok usia di bawah 20 tahun mencakup 22% dari responden, kemungkinan mewakili mahasiswa baru atau mereka yang masuk perguruan tinggi di usia muda. Sementara itu, kelompok usia di atas 25 tahun hanya mencakup 2% dari sampel, kemungkinan terdiri dari mahasiswa pascasarjana atau mereka yang kembali ke pendidikan tinggi setelah jeda. Dominasi kelompok usia 20-25 tahun ini mengindikasikan bahwa temuan penelitian terutama mencerminkan pandangan dan pengalaman mahasiswa dalam rentang usia tersebut, yang juga merupakan pengguna aktif media sosial dan pengikut tren gaya hidup. Oleh karena itu, dalam analisis dan interpretasi hasil, penting untuk mempertimbangkan bagaimana perbedaan usia dapat memengaruhi temuan penelitian, terutama dalam

konteks penggunaan Instagram, Lemon8, dan TikTok, serta dampaknya terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas

Data responden yang dikumpulkan berdasarkan karakteristik Universitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas

Universitas	Jumlah Frekuensi	<i>Presentase</i>
UIN SAIZU	25	25%
UNSOED	42	42%
UMP	27	27%
AMIKOM	6	6%
TOTAL	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Data yang terkumpul dari responden penelitian ini memberikan gambaran yang jelas mengenai distribusi mahasiswa dari berbagai universitas di Purwokerto. Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) mendominasi dengan 42 responden, mencakup 42% dari total sampel, yang mungkin mencerminkan jumlah mahasiswa yang lebih besar di universitas tersebut. Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) menyusul dengan 27 responden (27%), diikuti oleh Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU) dengan 25 responden (25%). Universitas Amikom Purwokerto (AMIKOM) memiliki representasi terendah, dengan hanya 6 responden (6%), yang mungkin disebabkan oleh jumlah mahasiswa yang lebih sedikit atau faktor lain seperti tingkat partisipasi. Distribusi ini penting untuk dipertimbangkan dalam interpretasi hasil penelitian, karena perbedaan

latar belakang pendidikan dan budaya antar universitas dapat memengaruhi bagaimana mahasiswa menggunakan media sosial dan mengadopsi tren gaya hidup. Oleh karena itu, analisis lebih lanjut perlu memperhatikan variasi ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Waktu yang Dhabiskan Perhari dalam Media Sosial

Berikut data responden yang diperoleh berdasarkan rata-rata waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media social:

Tabel 4. 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu yang Dhabiskan dalam Menggunakan Media Sosial

Rata-rata waktu digunakan	Jumlah Frekuensi	Presentase
< 5 jam	0	0%
> 5 jam	100	100%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Data yang terkumpul menunjukkan bahwa seluruh responden, yang mewakili 100% dari sampel penelitian, menghabiskan lebih dari 5 jam per hari di media sosial. Hal ini mengindikasikan tingkat keterlibatan yang sangat tinggi dari mahasiswa Purwokerto dalam penggunaan platform-platform media sosial. Tingkat penggunaan yang intensif ini memperkuat relevansi penelitian dalam menganalisis pengaruh konten media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa, karena dengan waktu yang signifikan dihabiskan di platform-platform ini, mahasiswa sangat mungkin terpengaruh oleh tren dan konten yang mereka lihat. Temuan ini juga menyoroti pentingnya memahami dampak positif dan negatif dari penggunaan

media sosial yang intensif terhadap gaya hidup mahasiswa, serta memberikan dasar yang kuat untuk menganalisis bagaimana konten di Instagram, Lemon8, dan TikTok memengaruhi preferensi, perilaku konsumsi, dan interaksi sosial mahasiswa di Purwokerto.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan Perbulan

Berikut data responden yang diperoleh berdasarkan uang saku/penghasilan perbulan :

Tabel 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan
Uang Saku/Penghasilan Perbulan

Uang Saku Perbulan	Jumlah Frekuensi	Presentase
< 500.000	17	17%
500.000-1.000.000	47	47%
> 1.000.000	36	36%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Data yang dikumpulkan mengenai uang saku atau penghasilan per bulan responden menunjukkan variasi kemampuan finansial di antara mahasiswa yang berpartisipasi dalam penelitian. Mayoritas responden, yaitu 47% dari total sampel, memiliki uang saku atau penghasilan antara Rp 500.000 hingga Rp 1.000.000 per bulan. Kelompok ini menunjukkan kemampuan finansial yang cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar dan mungkin memiliki sisa untuk pengeluaran gaya hidup. Sebanyak 36% responden memiliki uang saku atau penghasilan lebih dari Rp 1.000.000 per bulan,

mengindikasikan kemampuan finansial yang lebih tinggi. Sementara itu, 17% responden memiliki uang saku atau penghasilan kurang dari Rp 500.000 per bulan, menunjukkan keterbatasan finansial. Variasi ini penting untuk dipertimbangkan dalam analisis pengaruh media sosial terhadap gaya hidup, karena kemampuan finansial dapat memengaruhi kemampuan mahasiswa untuk mengikuti tren dan perilaku konsumsi yang dipromosikan di platform seperti Instagram, Lemon8, dan TikTok.

Hasil Penelitian

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya data peneliti. Uji validitas menentukan bahwa kuisioner tersebut sah dan bisa digunakan dalam penelitian. Suatu kuisioner dapat dikatakan valid jika memenuhi ketentuan berikut ;

- a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan r hitung $> r$ tabel maka valid.
- b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan r hitung $< r$ tabel maka tidak valid.

Berikut ini hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap variabel Instagram (X1), Lemon8 (X2), TikTok (X3) dan *Lifestyle* (Y).

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas Variabel Transaksi Digital (X1)

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
I1	0,643	0,196	Valid
I2	0,553	0,196	Valid
I3	0,639	0,196	Valid
I4	0,623	0,196	Valid
I5	0,659	0,196	Valid
I6	0,599	0,196	Valid
I7	0,647	0,196	Valid
I8	0,620	0,196	Valid
I9	0,707	0,196	Valid
I10	0,665	0,196	Valid
I11	0,696	0,196	Valid
I12	0,659	0,196	Valid
I13	0,643	0,196	Valid
I14	0,645	0,196	Valid

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Variabel Lemon8 (X2)

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
LM1	0,804	0,196	Valid
LM2	0,771	0,196	Valid
LM3	0,830	0,196	Valid
LM4	0,781	0,196	Valid
LM5	0,819	0,196	Valid
LM6	0,794	0,196	Valid
LM7	0,781	0,196	Valid
LM8	0,797	0,196	Valid
LM9	0,813	0,196	Valid
LM10	0,822	0,196	Valid

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Variabel TikTok (X3)

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
TT1	0,721	0,196	Valid
TT2	0,783	0,196	Valid
TT3	0,749	0,196	Valid
TT4	0,704	0,196	Valid
TT5	0,673	0,196	Valid
TT6	0,726	0,196	Valid
TT7	0,789	0,196	Valid
TT8	0,746	0,196	Valid
TT9	0,793	0,196	Valid
TT10	0,803	0,196	Valid

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (Y)

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
LS1	0,789	0,196	Valid
LS2	0,689	0,196	Valid
LS3	0,820	0,196	Valid
LS4	0,830	0,196	Valid
LS5	0,810	0,196	Valid
LS6	0,769	0,196	Valid

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Dari uji validitas yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 30, dapat ditarik Kesimpulan bahwa semua indikator terbukti valid karena nilai r hitung > r tabel dan seluruh nilai signifikansi dari masing masing indikator < 0,1. Maka dari itu, data terbukti lolos uji

validitas dan bisa dilanjut untuk uji reliabilitas.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah suatu data kuisioner terbukti valid. Tujuan dilakukannya uji reliabilitas adalah untuk memastikan keseragaman instrument dan mencari konsistensi alat pengukur jika digunakan berulang. Data dikatakan reliabel jika nilai cronbac'h alpha $> 0,6$.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Dependen

Variabel	Nilai cronbac'h alpha	Standar Cronbac'h alpha	Keterangan
Instagram (X1)	0,891	$>0,60$	Reliabel
Lemon8 (X2)	0,936	$>0,60$	Reliabel
TikTok (X3)	0,913	$>0,60$	Reliabel
<i>Lifestyle</i> (Y)	0,875	$>0,60$	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Dari output yang diperoleh setelah pengujian reliabilitas menggunakan SPSS 30, koefesien nilai cronbac'h alpha dari tiap variabel Instagram (X1), Lemon8 (X2), TikTok (X3) dan *Lifestyle* (Y) diatas 0,60 (nilai standarisasi cronbac'h alpha). Maka keseluruhan variabel terbukti reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji statistik Kolmogorov-Smirnov digunakan

penulis di penelitian ini untuk mengetahui apakah residu yang diamati mempunyai distribusi normal atau tidak. Dengan menggunakan SPSS 30, uji statistik Kolmogorov-Smoirnov digunakan untuk melakukan uji normalitas. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,1 maka data dikatakan berdistribusi normal.



Tabel 4. 12
Hasil Uji Statistik Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57374552
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.040
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Dari pengujian yang telah dilakukan, menghasilkan output koefisien signifikansi senilai 0,200 tingkat signifikansi lebih besar dibandingkan 0,1. Oleh karena itu, kumpulan data dianggap berdistribusi normal dan konsisten.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menjamin bahwa dalam model regresi tidak ada hubungan antara variabel bebas. Tidak boleh ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi yang baik. Standarisasi uji multikolinearitas dapat memanfaatkan

nilai VIF dan nilai tolerance.

Berikut ketentuannya :

- a) Multikolinearitas dianggap tidak ada jika nilai VIF kurang dari 10,00 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10.
- b) Multikolinearitas diduga terjadi jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 dan nilai toleransi kurang dari 0,10.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	1.985	1.607		1.236	.220		
IG	.209	.053	.402	3.947	.000	.410	2.439
LM	.148	.054	.260	2.724	.008	.465	2.151
TT	.121	.062	.196	1.960	.053	.426	2.350

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Berdasarkan uji multikolinearitas diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Instagram dianggap tidak terjadi gejala multikolinearitas karena nilai VIF yang didapatkan yaitu $2,439 < 10,00$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,410 > 0,10$
2. Variabel Lemon8 dianggap tidak terjadi gejala multikolinearitas karena nilai VIF yang didapatkan yaitu $2,151 < 10,00$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,465 > 0,10$
3. Variabel TikTok dianggap tidak terjadi gejala

multikolinearitas karena nilai VIF yang didapatkan yaitu $2,350 < 10,00$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,426 > 0,10$

3. Uji Heteroskedasitas (Uji Park)

Uji heteroskedasitas dilakukan guna memeriksa apakah ada gejala heteroskedasitas dalam data yang digunakan di penelitian. Dalam menemukan hubungan heteroskedasitas menggunakan uji Park melalui SPSS 30. Data yang baik seharusnya tidak ditemukan tanda atau gejala heteroskedasitas di dalamnya. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,1.

Tabel 4. 14

Hasil Uji Park Untuk menguji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.259	1.346		3.907	.000
IG	-.044	.044	-.149	-.997	.321
LM	-.043	.046	-.132	-.939	.350
TT	-.036	.052	-.02	-.691	.491

a. Dependent Variable: LN_RES

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Dari uji park yang telah dilakukan melalui SPSS menghasilkan output masing masing variabel instagram senilai 0,321, Lemon8 senilai 0,350 dan TikTok senilai 0,491 lebih dari $> 0,1$ dimana ketiga

variabel tidak terdapat gejala heterokedasitas, maka dapat lanjut untuk uji selanjutnya.

4. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan dengan menggunakan SPSS 30 dengan membandingkan antara t hitung yang ditentukan dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansinya kurang dari 0,1 maka suatu variabel dianggap berpengaruh dan sebaliknya.

Tabel 4. 15
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	1.985	1.607		1.236	.220
IG	.209	.053	.402	3.947	.000
LM	.148	.054	.260	2.724	.008
TT	.121	.062	.196	1.960	.053

a. Dependent Variable: LS

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Pada hasil uji t di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Instagram dengan signifikansi 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,1. Sedangkan t-hitung didapatkan nilai sebesar $3,947 > t\text{-tabel}$ sebesar 1,290. Oleh karena itu, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Instagram terhadap *Lifestyle* mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang

mengindikasikan bahwa variabel Instagram (X1) memiliki pengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa.

2. Variabel Lemon8 dengan signifikansi 0,008 nilai tersebut lebih kecil dari 0,1. Sedangkan t-hitung didapatkan nilai sebesar $2,724 > t\text{-tabel}$ sebesar 1,290. Oleh karena itu, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Lemon8 terhadap *Lifestyle*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel Lemon8 memiliki pengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa.
3. Variabel TikTok dengan signifikansi 0,053 nilai tersebut lebih kecil dari 0,1. Sedangkan t-hitung didapatkan nilai sebesar 1,960. Oleh karena itu terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel TikTok terhadap *Lifestyle* mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel TikTok memiliki pengaruh positif terhadap *Lifestyle* mahasiswa.

2. Uji simultan uji F

Uji F atau yang disebut dengan uji simultan adalah metode uji yang dipakai untuk menguji apakah variabel independen dalam penelitian dapat menjelaskan perubahan nilai variabel dependen atau tidak (Suliyanto, 2011). Uji tersebut umumnya digunakan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka dapat dikatakan hipotesis diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependennya. Apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,1$ maka terdapat pengaruh. Apabila nilai $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,1$ maka

tidak terdapat pengaruh.

Tabel 4. 16

Hasil Uji F Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	951.733	3	317.244	46.441	.000 ^b
Residual	655.792	96	6.831		
Total	1607.526	99			

a. Dependent Variable: LS

b. Predictors: (Constant), TT, LM, IG

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Dari hasil data di atas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh Instagram (X1), Lemon8 (X2), dan TikTok (X3) secara simultan terhadap *Lifestyle* mahasiswa (Y) yaitu sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai F-hitung ($46,441 > F\text{-tabel } 2,70$) sehingga disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Instagram (X1), Lemon8 (X2), dan TikTok (X3) secara simultan terhadap *Lifestyle* Mahasiswa (Y).

3. Uji koefisien determinasi R^2

Koefisien determinasi berganda (R^2) digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur kapasitas model guna memahami seberapa besar pengaruh faktor-faktor bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen seperti yang ditunjukkan

oleh nilai R square.

Tabel 4. 17

Hasil Uji Koefesien Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.592	.579	2.61365

a. Predictors: (Constant), TT, LM, IG

b. Dependent Variable: LS

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Dari hasil uji yang telah dilakukan melalui SPSS 30 dihasilkan output r square sebesar 0,596 atau 59,6% jadi dapat ditarik kesimpulan besarnya pengaruh variabel Instagram (X1), Lemon8 (X2), dan TikTok (X3) mempengaruhi *Lifestyle* Mahasiswa (Y) sebesar 0,596 atau 59,6% dan sisanya merupakan dipengaruhi oleh variabel lain yang di luar penelitian ini.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tes regresi dilakukan untuk menguji pengaruh setidaknya dua variabel bebas terhadap variabel hasil. Adapun kriteria yang harus terpenuhi sebelum dilakukan uji regresi, diantaranya data harus terbukti valid dan reliabel, serta berdistribusi normal dan linier. Dalam penelitian ini analisis linier berganda digunakan untuk memastikan apakah terdapat pengaruh Instagram (X1), Lemon8 (X2) dan TikTok (X3) terhadap *Lifestyle* (Y) pada mahasiswa di Kota Purwokerto.

Tabel 4. 18
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	1.985	1.607		1.236	.220
IG	.209	.053	.402	3.947	.000
LM	.148	.054	.260	2.724	.008
TT	.121	.062	.196	1.960	.053

a. Dependent Variable: LS

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Dari tabel diatas koefisien nilai constanta sebesar 1.515 sedangkan nilai X1, X2 dan X3 (b/koefisien regresi) sebesar 0,013, 0,475 dan 0,009 sehingga persamaan regresi bisa ditulis :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \text{ atau}$$

$$\hat{Y} = 1,515 + 0,013 + 0,475 + 0,009$$

Yang berarti :

- Nilai konstanta (α) yang diperoleh sebesar 1,515 maka dapat dikatakan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen sebesar 1,515.
- Nilai koefisien regresi variabel X1 bernilai positif sebesar 0,001 maka dapat dikatakan jika variabel x1 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi variabel X2 bernilai positif sebesar 0,095 maka dapat dikatakan jika variabel X2 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitu juga

sebaliknya.

- d. Nilai koefisien regresi variabel X3 bernilai positif sebesar 0,009 maka dapat dikatakan jika variabel X3 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan informasi yang disajikan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Instagram, Lemon8 dan TikTok memiliki pengaruh terhadap *Lifestyle* Mahasiswa.

D. Pembahasan dan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh konten pada platform media sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok terhadap *Lifestyle* Mahasiswa. Berdasarkan uji hipotesis yang telah diujikan, dapat dijabarkan hasil dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh konten pada platform media sosial instagram dalam mempengaruhi *Lifestyle* mahasiswa di Kota Purwokerto

Hasil penelitian ini menerangkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel instagram (X1) terhadap variabel *Lifestyle* (Y) pada mahasiswa di purwokerto. Berdasarkan hasil uji t, variabel instagram dengan signifikansi 0,001 nilai tersebut lebih kecil dari 0,1. Sedangkan untuk t-hitung didapatkan nilai sebesar 4,290 lebih besar dari nilai t-tabel (1,290) dengan nilai koefisien 0,433 (43,3%), maka instagram berpengaruh terhadap variabel *Lifestyle*. Sehingga H1: variabel instagram berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel *Lifestyle* mahasiswa “diterima”.

Hasil yang menunjukkan adanya pengaruh dan signifikan sehingga menandakan mahasiswa setuju bahwa konten dalam media sosial berpengaruh terhadap *Lifestyle* pada mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Arrahman & Nastainb, 2023), Lisnawita dkk (2020). Ahmad Nasir Wibowo dkk (2023). Pada penelitian yang dilakukan oleh Khalifi Arrahman dan Muhammad Nastain (2023) dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap gaya Hidup

Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta” menyatakan bahwa 100% dari 40 responden menggunakan aplikasi instagram dan berpengaruh dalam gaya hidup mereka. Responden sendiri mengaku paling terpengaruh dengan gaya hidup yang ditawarkan instagram, karena telah memberikan ketertarikan pada pengguna sesuatu yang sedang trend.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Lisnawita dkk (2020) dengan judul “ Pengaruh Media Sosial (Instagram) Terhadap *Lifestyle* dan Prestasi Akademik” menyimpulkan bahwa penggunaan instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Lifestyle* dimana koefisien garis yang positif dan nilai signifikan kurang dari 0,05. Maknanya semakin tinggi penggunaan instagram maka semakin termotivasi mahasiswa dalam mengikuti *Lifestyle*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nasir Wibowo dkk (2023) dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa” mendapat hasil penelitian setelah dilakukan analisis data melalui tahap analisis table Tunggal. Table silang dan pengujian hipotesis maka dapat diperoleh Kesimpulan bahwa terdapat pengaruh media social Instagram terhadap mahasiswa dimana hal ini menjadikan Instagram sebagai sarana untuk mengakses informasi, mencari hiburan dan sebagai media untuk berkomunikasi. Selain itu, ada pengaruh gaya hidup mahasiswa dalam penggunaan Instagram tergantung pada konten-konten yang sering di nikmati Ketika mengakses Instagram. Hal ini sejalan dengan teori uses and effect dan social learning theory. Dimana teori uses and effect memaparkan terkait hubungan diantara komunikasi yang disampaikan melalui sebuah saluran media massa serta menimbulkan efek yang dapat dirasakan bagi pengguna media itu sendiri. Sedangkan social learning theory setiap individu belajar dengan melalui pengalaman secara langsung maupun dengan hanya pengamatan kemudian mereka mencontohnya. Selain dari pengamatan, mereka juga dapat mendapatkannya dari hasil membaca, mendengar maupun dengan melihat sebuah media.

Penelitian ini sejalan dengan grand teori yang digunakan yaitu *teori*

uses and effect dan sosial *learning theory* yaitu sebagai berikut :

- a. Teori *uses and effects* menjelaskan bahwa penggunaan media, dalam hal ini Instagram, tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan individu, tetapi juga memiliki dampak atau efek tertentu pada pengguna. Dalam konteks Instagram, beberapa efek yang mungkin timbul yaitu dalam hal informasi dan pengetahuan. Instagram menjadi sumber informasi dan pengetahuan bagi pengguna, baik itu tentang tren terbaru, gaya hidup, hingga isu sosial. Pengguna dapat mengikuti akun-akun yang relevan dengan minat mereka untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Selain itu, Instagram juga berfungsi sebagai sarana hiburan, melalui fitur-fitur seperti reels dan IGTV, pengguna dapat menikmati berbagai konten video yang menghibur. Instagram memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain, baik teman, keluarga maupun orang yang baru dikenal. Fitur seperti komentar, DM dan fitur berbagi memungkinkan pengguna untuk membangun dan menjaga hubungan sosial. Instagram juga mempengaruhi perilaku konsumsi pengguna melalui iklan dan *influencer marketing*, pengguna dapat terdorong untuk membeli produk atau jasa tertentu.
- b. Social Learning Theory menekankan bahwa individu belajar melalui pengamatan dan peniruan perilaku orang lain. Dalam konteks Instagram, teori ini menjelaskan bagaimana pengguna dapat belajar dan terpengaruh oleh perilaku orang lain yang mereka ikuti seperti cenderung meniru gaya hidup dan kebiasaan konsumsi influencer yang mereka ikuti. Jika seorang influencer mempromosikan produk tertentu, pengikutnya mungkin akan terdorong untuk membeli produk tersebut. Instagram juga membentuk norma-norma sosial tertentu seperti standar kecantikan, gaya hidup yang ideal dan kesuksesan, pengguna seringkali merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma tersebut.

Penelitian ini juga sejalan dengan landasan teologis yang terdapat pada Q.S Al Ahzab ayat 71 dimana konsep meneladani dalam ayat ini dapat dikaitkan dengan penggunaan Instagram, banyak influencer dan tokoh

public yang menggunakan Instagram sebagai platform untuk memberikan contoh yang baik kepada pengikutnya. Mereka bisa menjadi teladan dalam hal gaya hidup, nilai-nilai- atau bahkan prestasi.

2. Pengaruh konten pada platform media sosial Lemon8 dalam memengaruhi *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto

Setelah dilakukan pengujian antara variabel Lemon8(X2) terhadap variabel *Lifestyle* (Y) terdapat pengaruh yang signifikan. Dibuktikan dengan hasil uji t, variabel Lemon8 dengan signifikansi 0,001 nilai tersebut lebih kecil dari 0,1. Sedangkan untuk t-hitung didapatkan nilai sebesar 1,685 lebih besar dari nilai t-tabel (1,290) dengan nilai koefisien 0,159 (15,9%) maka aplikasi Lemon8 berpengaruh terhadap variabel *Lifestyle*. Sehingga H1: variabel Lemon8 berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel *Lifestyle* mahasiswa “diterima”

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dilla Puspitasari dan Rah Utami (2024) tentang Pengaruh Media Sosial Lemon8 Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Mengenai Korean Fashion Style. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh media sosial Lemon8 pada pemenuhan kebutuhan informasi mengenai Korean *fashion style* yang dibuktikan dengan menggunakan analisis korelasi yang hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari media Lemon8 pada pemenuhan kebutuhan informasi mengenai Korean *fashion style*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial Lemon8 memiliki koefisien positif, semakin kuat penggunaan media sosial Lemon8 maka semakin meningkat kebutuhan informasi mengenai Korean *fashion style*.

Penelitian ini sejalan dengan grand *teori uses and effect* dan sosial *learning theory*. Dalam teori *uses and effect* Lemon8 secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu diantaranya Lemon8 sering digunakan sebagai sumber informasi tentang gaya hidup, kecantikan, mode dan kuliner. Pengguna dapat mengikuti akun-akun yang relevan dengan minat mereka untuk mendapatkan tips, tutorial dan inspirasi. Lemon8 juga berfungsi sebagai sarana hiburan, konten-konten yang menarik

seperti video pendek, foto estetik dan cerita menarik dapat memberikan hiburan bagi pengguna. Lemon8 juga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain yang memiliki minat yang sama melalui fitur komentar dan pesan langsung.

Dalam sosial *learning theory* menjelaskan bagaimana pengguna dapat belajar dan terpengaruh oleh perilaku orang yang mereka ikuti, seperti meniru gaya hidup dan kebiasaan konsumsi influencer yang mereka ikuti.

Penelitian ini sejalan dengan Q.S Al Hujurat ayat 12 dimana surat al Hujurat adalah salah satu ayat yang sangat relevan dengan perilaku manusia dalam berinteraksi di era digital termasuk dalam media sosial Lemon8. Ayat ini secara tegas melarang kita untuk berburuk sangka, mencari-cari kesalahan oranglain dan menggunjing. Di Lemon8 kita seringkali melihat orang-orang membuat penilaian terhadap orang lain berdasarkan penampilan fisik, gaya hidup atau konten yang mereka posting. Hal ini bisa memicu prasangka dan stereotip yang negative. Beberapa pengguna Lemon8 cenderung mencari-cari kesalahan pada konten orang lain, seperti memberikan komentar yang negative atau menyebarkan gossip.

3. Pengaruh konten pada platform media sosial TikTok dalam memengaruhi *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto

Setelah dilakukan pengujian antara variabel TikTok (X3) terhadap variabel *Lifestyle* (Y) terdapat pengaruh antara variabel TikTok terhadap *Lifestyle*. Berdasarkan hasil uji t, variabel TikTok dengan signifikansi 0,009 nilai tersebut lebih kecil dari 0,1. Sedangkan untuk t-hitung didapatkan nilai sebesar 2,660 lebih besar dari nilai t-tabel (1,290) dengan nilai koefisien 0,264 (26,4%) maka variabel TikTok berpengaruh terhadap *Lifestyle* mahasiswa. Sehingga H1 : variabel TikTok berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel *Lifestyle* mahasiswa “diterima”

. Mengkonfirmasi dari penelitian Risky Azizah dan Andhita Risiko (2023), Shazrin Daniyah dan Kinkn Yuliaty (2022) Rahayu Marina Sari dkk (2023). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Risky Azizah dan Andhita (2023) dengan judul “Dampak TikTok terhadap Gaya Hidup Remaja

Perempuan”. Menyimpulkan bahwa Perempuan lebih aktif dalam penggunaan aplikasi TikTok dikarenakan banyaknya trend yang lebih condong mengarah ke gay hidup Perempuan. Penggunaan ini bukanlah penggunaan sebentar, melainkan mereka bisa menghabiskan waktu sehari-hari hanya untuk melihat atau menonton video yang ada di TikTok. Hal itu berdampak pada perubahan sosial pada remaja tersebut yang sudah kecanduan oleh aplikasi TikTok.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Shazrin Daniyah dan Kinkn Yuliaty (2022) yang berjudul “Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja”. Menyimpulkan bahwa Sebagian besar dari mahasiswa setuju bahwa sosial media TikTok memberi pengaruh terhadap gaya hidup remaja dikarenakan mudahnya akses informasi atau hiburan yang didapatkan melalui aplikasi tersebut dibuktikan dengan hasil analisis bivariat bahwa nilai signifikansi dapat sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini berarti sosial media TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup remaja.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Marina Sari dkk (2023) yang berjudul “Dampak Trend TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja di Desa Bangko Permata Kecamatan Bangko Pusako Rokan Hilir”. Menyimpulkan bahwa remaja mengartikan bahwa TikTok itu sebuah aplikasi hiburan dikala capek dengan segala kegiatan sekolah, tujuan dan alasan mereka menggunakan TikTok yaitu karena TikTok adalah aplikasi yang memiliki banyak filter, fitur dan trend yang membuatnya menjadi seru meskipun hanya 15-30 detik saja. Adanya fenomena trend TikTok dapat membawa perubahan pada mereka dan mereka juga aktif dalam menggunakan TikTok setiap harinya. Dampak trend TikTok terhadap gaya hidup maka mereka dapat memilih makanan apa saja yang subjek inginkan dengan cara membuat sendiri atau membelinya, serta gaya pakaian subjek dapat memilih apakah akan membeli yang bermerek atau tidak tetapi membeli pakaian yang nyaman dipakai.

Penelitian ini sejalan dengan teori *uses and effect* dan sosial *learning theory* dimana TikTok sering digunakan sebagai sarana hiburan melalui

video-video pendek yang kreatif dan menghibur membuat pengguna betah berlama-lama di aplikasi ini. TikTok memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain yang memiliki minat yang sama. TikTok juga menjadi sumber informasi terutama tentang trend terbaru, gaya hidup dan produk. Pengguna TikTok cenderung meniru gaya hidup dan kebiasaan konsumsi influencer yang mereka ikuti dan pengguna mungkin akan terdorong untuk membeli produk tersebut. TikTok sering kali menciptakan trend dan tantangan baru yang diikuti oleh banyak pengguna.

Penelitian ini sejalan dengan surat Al asr ayat 1-3, ayat ini memberikan peringatan yang sangat jelas tentang kerugian yang di alami oleh Sebagian besar manusia dan salah satu bentuk kerugian tersebut adalah membuang waktu dengan kegiatan yang tidak bermanfaat. Banyak orang menghabiskan waktu berjam-jam di TikTok tanpa tujuan yang jelas. Mereka terjebak dalam scrolling video tanpa henti, mengikuti tren yang tidak penting atau bahkan terpapar konten yang tidak bermanfaat. Kegiatan ini dianggap sebagai pemborosan waktu yang berharga.

4. Pengaruh simultan penggunaan media social Instagram, Lemon8 dan TikTok terhadap *Lifestyle* mahasiswa di Purwokerto

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa aplikasi Instagram (X1), Lemon8 (X2) dan TikTok (X3) berpengaruh simultan terhadap *Lifestyle* mahasiswa (Y). hal ini dibuktikan dengan nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel ($47,182 > 2,70$) atau signifikan f lebih kecil dari 0,1 ($0,001 < 0,1$). Sehingga H4 : variabel Instagram, Lemon8 dan TikTok berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel *Lifestyle* “diterima”

Menurut hasil perhitungan regresi linear diperoleh data nilai *Adjust R Square* sebesar 0,596 atau 59,6% yang berarti bahwa variabel Instagram (X1), Lemon8 (X2) dan TikTok (X3) sebesar 59,6%, sedangkan sisanya 40,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini. Hasil uji F membuktikan ketiga platform secara bersama-sama memengaruhi *lifestyle*. Implikasi ini menunjukkan bahwa paparan multi-platform memperkuat efek media terhadap individu. Temuan ini sejalan

dengan penelitian Khalifi dan Nastain (2023) serta penelitian Wibowo et al. (2023), yang keduanya menekankan pentingnya paparan multi-platform dalam memperkuat efek media terhadap individu. Penelitian Khalifi dan Nastain (2023) menunjukkan bahwa penggunaan berbagai platform media sosial secara simultan dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperkuat pengaruh media dalam membentuk perilaku dan preferensi. Demikian pula, penelitian Wibowo et al. (2023) menemukan bahwa paparan multi-platform menciptakan efek sinergis, di mana pengaruh media dari satu platform diperkuat oleh paparan dari platform lain.

Dalam penelitian ini, temuan uji F mengonfirmasi bahwa paparan multi-platform memiliki implikasi yang signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa. Mahasiswa yang aktif menggunakan Instagram, Lemon8, dan TikTok secara bersamaan cenderung lebih terpengaruh oleh tren dan konten yang ditampilkan di platform-platform tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa efek media tidak terbatas pada satu platform saja, tetapi diperkuat oleh paparan dari berbagai platform.

Penelitian ini sejalan dengan surat Al Furqan ayat 67 dimana ayat ini memberikan kita prinsip hidup yang seimbang, yaitu tidak berlebihan dan tidak kikir dalam segala hal termasuk dalam hal materi. Aplikasi Instagram, Lemon8 dan TikTok telah mengubah cara kita hidup. Platform tersebut seringkali menampilkan gaya hidup mewah, konsumsi berlebihan dan pencapaian materi yang seolah-olah menjadi tolak ukur kesuksesan. Hal ini dapat mempengaruhi gaya hidup kita dengan membeli barang yang tidak kita butuhkan hanya untuk mengikuti tren atau terlihat keren di media sosial dan cenderung membandingkan diri dengan orang lain yang terlihat sempurna di media sosial yang dapat memicu rasa iri hati. gaya hidup yang dipengaruhi oleh media sosial seringkali bertentangan dengan prinsip hidup yang diajarkan dalam surat Al furqan ayat 67. Konsumsi yang berlebihan, perbandingan diri adalah contoh dari sikap berlebihan yang dilarang dalam ayat tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai Pengaruh Konten Pada Platform Media Sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok Terhadap *Lifestyle* Mahasiswa dengan studi kasus pada Mahasiswa di Kota Purwokerto, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Instagram secara parsial berpengaruh positif terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto
2. Lemon8 secara parsial berpengaruh positif terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto.
3. TikTok secara parsial berpengaruh positif terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto dengan fitur dan konten kreatifnya yang mampu mempengaruhi preferensi dan perilaku.
4. Instagram, Lemon8 dan TikTok secara simultan berpengaruh positif terhadap gaya hidup mahasiswa di Purwokerto

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah didapatkan, ada beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini agar bermanfaat dan sebagai acuan. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa : Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan literasi media agar lebih selektif dalam mengonsumsi konten digital, serta bijak dalam mengadopsi gaya hidup dan media sosial.
2. Bagi Institusi Pendidikan : Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merancang program literasi digital dan edukasi gaya hidup sehat berbasis nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya : Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan dengan memperluas variabel lain seperti dampak

psikologis, motivasi penggunaan media sosial atau penambahan variabel mediasi dan moderasi untuk memperkaya hasil analisis.



DAFTAR PUSTAKA

- abdullah, I. (2010). *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*.
- Aida, N. R., & Pratiwi, I. E. (2023). *Apa Itu Aplikasi Lemon8 dan Bagaimana Cara Gabungnya*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2023/09/06/090000865/apa-itu-aplikasi-lemon8-dan-bagaimana-cara-gabungnya?page=all.%0A%0A>
- Albert Bandura. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey.
- Arrahman, K., & Nastainb, M. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(1), 16–19. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.461>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*.
- Bowo, A. N. A., Paryanto, P., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan (JIMPIAN)*, 3(1), 21–32.
- Budiastuti S., Hartati, S., & Suseno. (2022). Analisis Pengaruh Rasio-Rasio Keuangan Perbankan Terhadap Kinerja Perbankan. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 5(1), 56–70.
- Chaney, D., Nuraeni, & Ibrahim, I. S. (2003). *Sebuah Pengantar Komprehensif*.
- Damayanti, A. R., Anjarsari, L., & Anjani, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(2), 217–221.
- Farida, S., & Faozan, A. (2022). Ethics Of Social Media From Maqashid Syari'ah Perspective. *International Proceedings of Nusantara Raya*, 1(1), 35–38.
- Featherstone, M. (2001). *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*.
- Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis dengan program SPSS*. Penerbit. Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Haryono, T., & Panuntun, D. F. (2019). Model Gaya Hidup Nazir Sebagai Refleksi Gaya Hidup Hedon Pengkotbah Pada Zaman Milenial. *Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 3, 1.
- Ibrahim, I. S. (2007). *Budaya Populer sebagai Komunikasi*.
- Janna, N. M. (2021). Herianto.(2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Junaidi. (2015). *Panduan Program Ordi (Transformasi Data Ordinal ke Interval)*. FEBI Universitas Jambi.
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2275, 20–26.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspreksi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133–141.
- Laana, D. L., & Sukri, U. (2022). Life Style: Perilaku Mahasiswa Masa Kini dan

- Pengaruh Media Sosial. *Inculco Journal of Christian Education*, 2(1), 67–80.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). *Pearson Education*.
- Nissa, K. F., Sukayawati, F., & Willy Indriana, M. (2022). Pengaruh Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Nusantara. *Kampret*, 1(3), 50–54.
- Piliang, Y. A. (2004). *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*.
- Pujiyanti, & Ningsih, T. (2021). Peran Media Sosial Dalam Pembelajaran Ips Era Globalisasi Di Mi Muhammadiyah Cabang Purbalingga. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 7(2), 292–296.
- Puspitasari, D., & Nugrahani, R. U. (2024). *Pengaruh Media Sosial Lemon8 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Korean Fashion Style*. 7(2), 302–315.
- Qoria, qustodiiio by. (2023). *Apa Itu Lemon8 dan Apakah Aman Untuk Remaja*. Qustodio by Qoria. <https://www.qustodio.com/en/blog/what-is-lemon8/>
- Retno Hendariningrum, & M. Edy Susilo. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25–32.
- Sari, R. M., & Resdati. (2023). Dampak Tren Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Desa Bangko Permata Kecamatan Bangko Pusako Rokan Hilir. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1498–1506.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2008). Metode Penelitian Survei. *LP3ES*.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*.
- Sugiharto, & Sitinjak. (2006). *lisrel, cetakan pertama yogyakarta*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2013). *MetodeE Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (19th ed.)*. ALFABETA CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017c). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D*.
- Sugiyono. (2017d). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3)*, 248–253.
- Tewal, A. Y., Mewengkang, N. N., & Londa, J. . (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja di Desa Raanan Baru Kecamatan Motoling Barat Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Acta Diurna*, 7(4), 1–10.

- Utami, F. N. H. (2014). Gaya Hidup dan Identitas: Studi Fenomenologi pada Komunitas Hijabers di Kota Solo. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(2), 100–112.
- Yunita, E., & Yuliani, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Trend Fashion Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 pada Mahasiswa Prodi Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal J-SIKOM*, 04(01), 49–62.
- Zulganef. (2018). Metode Penelitian Sosial dan Bisnis. *Graha Ilmu*.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

KUESIONER Penelitian

“ Pengaruh Konten Pada Platform Media Sosial Instagram, Lemon8 dan TikTok
Terhadap *Lifestyle* Pada Mahasiswa”
(Studi Kasus Mahasiswa di Purwokerto)

Kepada Yth. Saudara/i/Responden

Di Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya Mutiara Kurniawati dari mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri prodi Ekonomi Syariah yang pada saat ini sedang menyusun skripsi. Dengan ini saya memohon saudara/i untuk menjadi partisipan dalam pengisian kuesioner saya dengan kriteria berikut :

1. Mahasiswa aktif UIN SAIZU, UNSOED, UMP dan AMIKOM
2. Menggunakan aplikasi instagram, Lemon8 dan TikTok

Adapun tujuan dari penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan akademis, sehingga data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari yang bersangkutan. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiandan kerjasama saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Hormat Saya,

Mutiara Kurniawati

NIM. 2017201146

A. PERTANYAAN PENELITIAN

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan persepsi Saudara/i mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju, diberi skor 1

TS : Tidak Setuju, diberi skor 2

KS : Kurang Setuju, diberi skor 3

S : Setuju, diberi skor 4

SS : Sangat Setuju diberi skor 5

B. KUESIONER

1. Instagram (X₁)

No.	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	KS	S	SS
A.Hashtag						
1.	Saya percaya bahwa penggunaan <i>hashtag</i> di instagram memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup saya sebagai mahasiswa					
2.	Saya sering mencoba hal baru (tempat,makanan,aktivitas) karena melihatnya di postingan instagram dengan <i>hashtag</i> yang relevan					
B. Lokasi/ <i>geotag</i>						
1.	Saya merasa penggunaan <i>geotag</i> di instagram					

	memengaruhi keputusan saya dalam memilih aktivitas atau tempat yang akan dikunjungi					
2.	Saya sering mencoba hal baru (tempat,makanan,aktivitas) karena melihatnya di postingan Instagram dengan <i>geotag</i> yang relevan					
C. <i>follow</i>						
1.	Saya sering mencoba produk atau merek tertentu karena melihatnya di postingan dari akun yang saya <i>follow</i>					
2.	Saya merasa terdorong untuk melakukan aktivitas tertentu karena melihat postingan dari akun yang saya <i>follow</i>					
D. <i>Share</i>						
1.	saya sering mencoba produk atau merek tertentu karena melihat postingan yang dibagikan oleh orang lain di instagram					
2.	Saya percaya bahwa <i>sharing</i> postingan orang					

	lain di media social Instagram memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup saya sebagai mahasiswa					
E. Like						
1.	Saya merasa lebih tertarik untuk mengikuti gaya hidup atau aktivitas tertentu setelah melihat banyak <i>like</i> pada postingan sejenis di instagram					
2.	Saya merasa kebiasaan memberikan <i>like</i> pada postingan tertentu di Instagram memengaruhi Keputusan saya dalam memilih aktivitas atau gaya hidup					
F. Komentar						
1.	Saya merasa lebih tertarik untuk mengikuti gaya hidup atau aktivitas tertentu setelah membaca komentar-komentar pada postingan di instagram					
2.	Saya merasa komentar-komentar pada postingan di Instagram memengaruhi Keputusan saya dalam					

	memilih aktivitas atau gaya hidup					
<i>G. Mention</i>						
1.	Saya lebih tertarik untuk mengikuti gaya hidup atau aktivitas tertentu setelah mendapatkan <i>mention</i> dari orang lain di instagram					
2.	Saya merasa terdorong untuk melakukan gaya hidup tertentu karena mendapatkan <i>mention</i> oleh orang lain dalam postingan atau cerita di instagram					

2. Lemon8 (X2)

No.	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	KS	S	SS
A. Hashtag						
1.	Saya merasa terdorong untuk mengikuti tren tertentu setelah melihat postingan dengan <i>hashtag</i> tertentu di aplikasi Lemon8					
2.	Saya merasa terdorong untuk mencoba hal baru (tempat,makanan,aktivitas) karena melihatnya di postingan Lemon8 dengan <i>hashtag</i> yang relevan					

B. <i>Follow</i>						
1.	Saya sering mencoba produk atau merek tertentu karena melihatnya di postingan dari akun yang saya <i>follow</i> di Lemon8					
2.	Saya percaya bahwa akun-akun yang saya <i>follow</i> di Lemon8 memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup saya sebagai mahasiswa					
C. <i>Share</i>						
1.	Saya merasa tertarik untuk melakukan aktivitas atau gaya hidup tertentu karena melihat postingan yang dibagikan orang lain di media social Lemon8					
2.	Saya percaya bahwa <i>sharing</i> postingan orang lain di media sosial Lemon8 memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup saya sebagai mahasiswa					
D. <i>Like</i>						
1.	Saya lebih tertarik untuk mengikuti gaya hidup atau aktivitas tertentu setelah					

	melihat banyak <i>like</i> pada postingan di media social Lemon8					
2.	Saya merasa bahwa kebiasaan memberikan <i>like</i> pada postingan tertentu di media social Lemon8 memengaruhi Keputusan saya dalam memilih gaya hidup					
E. Komentar						
1.	Saya merasa komentar-komentar pada postingan di media social Lemon8 dapat memengaruhi keputusan saya dalam memilih gaya hidup					
2.	Saya merasa tertarik untuk melakukan aktivitas atau gaya hidup tertentu karena membaca komentar-komentar pada postingan yang ada di media social Lemon8					

3. TikTok (X3)

No.	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	KS	S	SS
A. <i>Hashtag</i>						
1.	Saya merasa terdorong untuk mencoba hal baru (makanan,tempat,fashion,ol ahraga dll) karena melihatnya di postingan TikTok dengan <i>hashtag</i> yang relevan					
2.	Saya percaya bahwa penggunaan <i>hashtag</i> pada postingan di TikTok memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup saya sebagai mahasiswa					
B. <i>Follow</i>						
1.	Saya lebih tertarik untuk mengikuti tren gaya hidup tertentu karena konten yang diposting oleh akun-akun yang saya follow di TikTok					
2.	Saya percaya bahwa akun-akun yang saya follow di TikTok memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup saya sebagai mahasiswa					
C. <i>Share</i>						
1.	Saya tertarik untuk mencoba gaya hidup tertentu karena melihatnya di video yang dibagikan di TikTok					
2.	Saya percaya bahwa <i>sharing</i> video orang lain di TikTok memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup saya sebagai mahasiswa					
D. <i>Like</i>						
1.	Saya lebih tertarik untuk mengikuti tren gaya hidup					

	tertentu karena banyaknya <i>like</i> pada video di TikTok					
2.	Saya merasa kebiasaan memberikan <i>like</i> pada video tertentu di TikTok dapat memengaruhi Keputusan saya dalam memilih gaya hidup					
E. Komentar						
1.	Saya lebih tertarik untuk mengikuti tren gaya hidup tertentu karena melihat komentar-komentar pada video di TikTok					
2.	Saya merasa kebiasaan memberikan komentar pada video tertentu di TikTok dapat memengaruhi keputusan dalam memilih gaya hidup					

4. Lifestyle (Y)

No	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	KS	S	SS
A. Activity						
1.	Saya lebih sering menghabiskan waktu untuk mengikuti atau membagikan konten tentang hidup saya di media sosial					
2.	Saya merasa bahwa aktivitas di media sosial memengaruhi prioritas waktu saya diantara kegiatan akademis maupun kegiatan lainnya					
B. Interest						
1.	Saya lebih tertarik untuk mengisi waktu luang di media sosial daripada berinteraksi langsung					

	dengan teman atau keluarga					
2.	Saya lebih tertarik untuk meniru gaya hidup atau kebiasaan baik dari pola makan, olahraga, <i>outfit</i> ataupun tempat makan viral yang ditampilkan oleh tokoh atau <i>influencer</i> di media sosial					
C. <i>Opinion</i>						
1.	Saya merasa opini yang diberikan oleh selebgram atau influencer pada media social memengaruhi keputusan dalam memilih aktivitas atau gaya hidup saya sebagai mahasiswa					
2.	Saya merasa terdorong untuk meniru gaya hidup atau membeli produk yang dianggap populer setelah melihat opini yang dibagikan oleh selebgram atau influencer media social					

Lampiran 2: Tabulasi Data Ordinal

A. Tabulasi Data Ordinal

[illegible]

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4
4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	5
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	4	3	4	4	5	4	5	3	3	4	4	3	4
3	4	3	4	3	2	3	4	2	2	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3
4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	5	5
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4
5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4
4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4

4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	2	3	2	3	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	3	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	3	5	3	4	5	4	4	4	5
4	5	4	3	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	4	4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	2	2	2	3	4	3	3	2	3
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	2	3	2	3	2	2	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
3	4	4	3	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
2	2	2	3	3	3	3	2	2	2
3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	3	3	3	3
5	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	3	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
4	5	5	5	4	3	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4

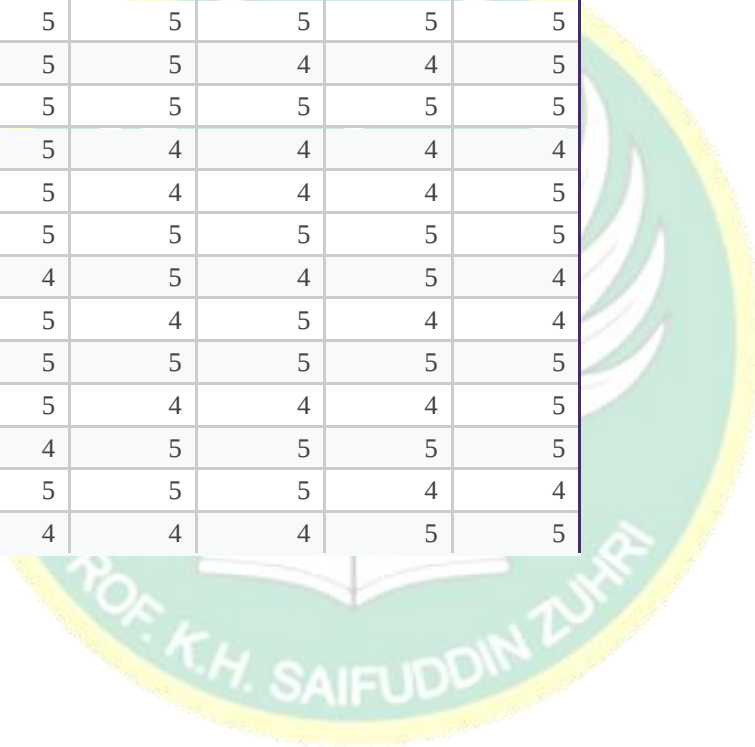
X3.1	X3.2	X2.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
4	4	5	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	2
5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	2	2	3
5	4	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4	4
4	4	5	5	5	4	5	4
5	5	4	4	4	5	5	5

5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	5	4	5	4
4	3	4	5	4	4	5	3
5	4	5	4	4	4	5	4
5	5	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	5	4	3
4	3	3	3	4	4	3	3
4	3	3	4	5	4	3	4
4	4	3	3	3	4	3	4
4	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5
3	3	4	4	4	4	3	3
4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	3	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	3	4
4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	5
4	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	4	4	5	4	5
4	3	4	4	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4

5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4
5	4	3	5	5	5
3	4	4	5	4	4
4	5	4	3	4	4
5	4	4	4	4	4
4	5	3	2	4	3
4	3	4	3	4	5
3	4	3	3	3	3
3	4	3	5	5	5
2	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5
2	2	1	3	2	2
5	5	3	3	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	4
3	3	3	2	2	3
4	4	3	3	4	3
4	4	5	5	4	4
4	3	3	3	4	4
5	5	5	5	5	4
5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4
4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	3
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4
4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5



Lampiran 3: Tabulasi Data Interval

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.1 0	X1.1 1	X1.1 2	X1.1 3	X1.1 4	total X1
2.32	2.70	3.66	2.98	4.44	2.70	3.00	2.38	2.92						
0	3	2	5	7	4	0	8	5	4.528	2.238	4.479	2.238	1.000	41.618
2.32	2.70	2.20	2.98	1.92	4.15	1.81	1.00	1.00						
0	3	5	5	2	6	6	0	0	1.968	1.000	3.064	2.238	2.255	30.633
3.75	4.22	3.66	4.46	3.05	2.70	4.43	2.38	4.25						
2	0	2	3	5	4	1	8	1	3.144	3.601	4.479	2.238	3.634	50.023
3.75	4.22	2.20	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	4.25						
2	0	5	3	7	6	0	8	1	3.144	3.601	3.064	2.238	2.255	47.185
1.00	4.22	1.00	4.46	3.05	2.70	4.43	3.80	4.25						
0	0	0	3	5	4	1	6	1	3.144	2.238	1.000	1.000	1.000	37.314
2.32	2.70	2.20	2.98	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92						
0	3	5	5	7	6	0	8	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	40.069
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.92						
0	0	0	0	0	0	0	0	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	23.864
3.75	2.70	3.66	4.46	4.44	2.70	4.43	3.80	4.25						
2	3	2	3	7	4	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	54.064
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
2.32	2.70	2.20	2.98	3.05	2.70	3.00	2.38	2.92						
0	3	5	5	5	4	0	8	5	4.528	3.601	3.064	2.238	3.634	41.351
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	4.25						
2	0	2	3	7	6	0	8	1	4.528	2.238	4.479	2.238	3.634	51.457
2.32	2.70	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92						
0	3	2	3	7	6	0	8	5	4.528	2.238	4.479	3.601	3.634	48.545
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	4.25						
2	0	2	3	7	6	0	8	1	4.528	3.601	3.064	3.601	3.634	52.768
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
1.00	1.59	1.00	1.68	1.92	1.59	1.81	1.00	1.90						
0	6	0	1	2	7	6	0	5	1.968	1.000	1.872	1.000	1.000	20.357
2.32	4.22	2.20	2.98	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92						
0	0	5	5	7	6	0	8	5	3.144	2.238	4.479	3.601	3.634	45.744
2.32	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
0	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	55.602
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92						
2	0	2	3	7	6	0	8	5	3.144	3.601	3.064	3.601	3.634	50.058
3.75	4.22	2.20	2.98	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92						
2	0	5	5	7	6	0	8	5	3.144	2.238	4.479	2.238	2.255	44.433
3.75	4.22	2.20	2.98	4.44	2.70	3.00	3.80	2.92						
2	0	5	5	7	4	0	6	5	4.528	3.601	4.479	2.238	3.634	48.527
3.75	4.22	2.20	4.46	4.44	4.15	4.43	2.38	4.25						
2	0	5	3	7	6	1	8	1	4.528	2.238	4.479	3.601	3.634	52.794
3.75	4.22	3.66	2.98	3.05	2.70	4.43	3.80	2.92						
2	0	2	5	5	4	1	6	5	4.528	2.238	4.479	3.601	3.634	50.023
3.75	4.22	3.66	2.98	4.44	4.15	4.43	3.80	2.92						
2	0	2	5	7	6	1	6	5	3.144	2.238	4.479	2.238	3.634	50.119
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	2.92						
2	0	2	3	7	6	1	6	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	48.802
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92						
2	0	2	3	7	6	0	8	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	45.952
2.32	2.70	2.20	2.98	3.05	4.15	4.43	3.80	4.25						
0	3	5	5	5	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	49.758
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92						
2	0	2	3	7	6	0	8	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	45.952
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
3.75	4.22	3.66	2.98	3.05	4.15	4.43	3.80	2.92						
2	0	2	5	5	6	1	6	5	4.528	3.601	4.479	3.601	2.255	51.459
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25						
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	4.25						
2	0	2	3	7	6	0	8	1	4.528	3.601	3.064	2.238	3.634	51.405

2.32	2.70	2.20	2.98	3.05	2.70	3.00	2.38	4.25							
0	3	5	5	5	4	0	8	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	45.456	
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25							
2	0	2	3	7	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	57.034	
3.75	4.22	3.66	2.98	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25							
2	0	2	5	7	6	1	6	1	4.528	3.601	3.064	2.238	2.255	51.398	
2.32	2.70	2.20	2.98	3.05	2.70	3.00	2.38	2.92							
0	3	5	5	5	4	0	8	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	37.225	
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	2.70	3.00	1.00	4.25							
2	0	2	3	7	4	0	0	1	3.144	2.238	4.479	3.601	1.000	45.962	
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	2.70	3.00	2.38	2.92							
2	0	2	3	7	4	0	8	5	3.144	3.601	4.479	1.000	3.634	47.420	
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92							
2	0	2	3	7	6	0	8	5	3.144	3.601	4.479	3.601	3.634	51.473	
1.00	4.22	3.66	2.98	3.05	4.15	3.00	2.38	4.25							
0	0	2	5	5	6	0	8	1	3.144	1.000	3.064	3.601	2.255	41.782	
2.32	2.70	3.66	1.68	4.44	2.70	4.43	2.38	2.92							
0	3	2	1	7	4	1	8	5	3.144	2.238	4.479	2.238	3.634	42.995	
2.32	4.22	2.20	2.98	3.05	4.15	4.43	2.38	1.90							
0	0	5	5	5	6	1	8	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	40.605	
2.32	4.22	3.66	2.98	3.05	4.15	3.00	1.00	2.92							
0	0	2	5	5	6	0	0	5	4.528	2.238	3.064	1.000	3.634	41.789	
2.32	2.70	2.20	2.98	1.92	1.59	1.81	1.00	1.90							
0	3	5	5	2	7	6	0	5	3.144	2.238	3.064	1.000	1.000	28.899	
1.00	2.70	1.00	2.98	3.05	4.15	3.00	3.80	1.90							
0	3	0	5	5	6	0	6	5	1.968	2.238	3.064	1.000	2.255	34.136	
1.00	2.70	1.00	2.98	1.92	1.00	1.81	2.38	1.00							
0	3	0	5	2	0	6	8	0	1.000	1.000	3.064	1.000	1.000	22.878	
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	2.92							
2	0	2	3	7	6	1	6	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	48.802	
2.32	2.70	2.20	2.98	3.05	2.70	1.81	1.00	1.90							
0	3	5	5	5	4	6	0	5	1.968	2.238	3.064	1.000	2.255	31.219	
2.32	2.70	2.20	2.98	3.05	2.70	3.00	2.38	1.90							
0	3	5	5	5	4	0	8	5	1.968	1.000	1.872	1.000	1.000	30.105	
3.75	4.22	2.20	2.98	4.44	4.15	3.00	2.38	1.90							
2	0	5	5	7	6	0	8	5	1.968	1.000	1.872	2.238	2.255	38.391	
3.75	4.22	3.66	2.98	3.05	2.70	4.43	3.80	4.25							
2	0	2	5	5	4	1	6	1	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	45.807	
2.32	2.70	2.20	2.98	1.92	1.59	3.00	2.38	1.90							
0	3	5	5	2	7	0	8	5	1.968	1.000	3.064	3.601	3.634	34.293	
2.32	2.70	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92							
0	3	2	3	7	6	0	8	5	3.144	3.601	4.479	3.601	3.634	48.524	
3.75	4.22	3.66	2.98	3.05	2.70	3.00	2.38	2.92							
2	0	2	5	5	4	0	8	5	3.144	1.000	1.872	1.000	1.000	36.707	
2.32	2.70	2.20	1.68	1.92	2.70	3.00	2.38	1.90							
0	3	5	1	2	4	0	8	5	3.144	1.000	1.872	2.238	2.255	31.337	
3.75	4.22	2.20	2.98	3.05	4.15	4.43	1.00	1.90							
2	0	5	5	5	6	1	0	5	1.968	1.000	1.872	2.238	2.255	37.043	
2.32	2.70	2.20	2.98	3.05	4.15	4.43	3.80	4.25							
0	3	5	5	5	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	2.238	3.634	48.394	
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	2.92							
2	0	2	3	7	6	1	6	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	48.802	
3.75	4.22	3.66	2.98	3.05	2.70	4.43	3.80	4.25							
2	0	2	5	5	4	1	6	1	3.144	2.238	4.479	3.601	2.255	48.586	
3.75	4.22	2.20	2.98	3.05	2.70	4.43	3.80	4.25							
2	0	5	5	5	4	1	6	1	4.528	3.601	4.479	2.238	2.255	48.513	
2.32	2.70	3.66	4.46	3.05	2.70	3.00	2.38	4.25							
0	3	2	3	5	4	0	8	1	4.528	2.238	3.064	2.238	2.255	42.870	
3.75	4.22	3.66	4.46	3.05	2.70	3.00	2.38	2.92							
2	0	2	3	5	4	0	8	5	4.528	3.601	4.479	3.601	2.255	48.635	
3.75	4.22	3.66	2.98	3.05	4.15	4.43	2.38	2.92							
2	0	2	5	5	6	1	8	5	3.144	3.601	4.479	3.601	3.634	50.035	
3.75	4.22	3.66	4.46	3.05	2.70	3.00	2.38	2.92							
2	0	2	3	5	4	0	8	5	3.144	3.601	3.064	2.238	2.255	44.472	
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	4.25							
2	0	2	3	7	6	0	8	1	4.528	2.238	3.064	2.238	2.255	48.662	
3.75	4.22	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	2.38	2.92							
2	0	2	3	7	6	1	8	5	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	47.384	
2.32	2.70	3.66	4.46	3.05	2.70	3.00	3.80	2.92							
0	3	2	3	5	4	0	6	5	3.144	3.601	3.064	3.601	2.255	44.305	
2.32	2.70	2.20	4.46	3.05	2.70	4.43	2.38	2.92							
0	3	5	3	5	4	1	8	5	4.528	2.238	3.064	3.601	2.255	42.881	
2.32	4.22	2.20	2.98	4.44	4.15	3.00	2.38	2.92							
0	0	5	5	7	6	0	8	5	3.144	3.601	4.479	3.601	2.255	45.728	
2.32	4.22	3.66	2.98	3.05	4.15	4.43	3.80	4.25							
0	0	2	5	5	6	1	6	1	3.144	2.238	3.064	2.238	2.255	45.827	
2.32	2.70	2.20	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25							
0	3	5	3	7	6	1	6	1	3.144	2.238	4.479	3.601	3.634	49.880	
2.32	4.22	2.20	2.98	4.44	2.70	4.43	2.38	2.92							
									3.144	2.238	3.064	3.601	3.634	44.308	

0	0	5	5	7	4	1	8	5							
3.75	4.22	2.20	2.98	4.44	4.15	4.43	3.80	2.92							
2	0	5	5	7	6	1	6	5	3.144	2.238	4.479	3.601	3.634	50.025	
2.32	4.22	3.66	4.46	3.05	2.70	4.43	3.80	4.25							
0	0	2	3	5	4	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	2.255	51.380	
2.32	4.22	2.20	2.98	4.44	2.70	4.43	3.80	4.25							
0	0	5	5	7	4	1	6	1	4.528	2.238	3.064	2.238	3.634	47.074	
2.32	2.70	3.66	4.46	4.44	4.15	4.43	3.80	4.25							
0	3	2	3	7	6	1	6	1	3.144	3.601	3.064	3.601	3.634	51.285	
2.32	2.70	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	4.25							
0	3	2	3	7	6	0	8	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	51.235	
3.75	2.70	3.66	4.46	3.05	2.70	3.00	3.80	4.25							
2	3	2	3	5	4	0	6	1	4.528	2.238	3.064	2.238	3.634	47.099	
2.32	4.22	2.20	4.46	3.05	2.70	4.43	2.38	4.25							
0	0	5	3	5	4	1	8	1	4.528	3.601	3.064	2.238	2.255	45.725	
2.32	2.70	3.66	2.98	4.44	2.70	4.43	2.38	4.25							
0	3	2	5	7	4	1	8	1	4.528	2.238	3.064	3.601	2.255	45.579	
2.32	2.70	3.66	2.98	4.44	2.70	3.00	2.38	2.92							
0	3	2	5	7	4	0	8	5	3.144	2.238	3.064	2.238	1.000	38.818	
2.32	1.59	3.66	4.46	3.05	2.70	3.00	2.38	4.25							
0	6	2	3	5	4	0	8	1	3.144	2.238	3.064	3.601	3.634	43.121	
3.75	4.22	3.66	4.46	3.05	2.70	4.43	3.80	4.25							
2	0	2	3	5	4	1	6	1	3.144	2.238	3.064	2.238	3.634	48.664	
2.32	4.22	3.66	2.98	3.05	2.70	4.43	2.38	2.92							
0	0	2	5	5	4	1	8	5	4.528	3.601	3.064	2.238	2.255	44.378	
2.32	2.70	2.20	2.98	3.05	4.15	4.43	3.80	4.25							
0	3	5	5	5	6	1	6	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	49.758	
3.75	4.22	3.66	4.46	3.05	2.70	3.00	2.38	4.25							
2	0	2	3	5	4	0	8	1	4.528	3.601	4.479	2.238	2.255	48.597	
2.32	4.22	2.20	4.46	3.05	2.70	4.43	3.80	2.92							
0	0	5	3	5	4	1	6	5	3.144	3.601	3.064	2.238	2.255	44.434	
3.75	4.22	3.66	4.46	3.05	2.70	3.00	2.38	2.92							
2	0	2	3	5	4	0	8	5	3.144	3.601	4.479	3.601	3.634	48.630	
2.32	2.70	3.66	2.98	1.92	2.70	3.00	2.38	4.25							
0	3	2	5	2	4	0	8	1	4.528	2.238	3.064	3.601	2.255	41.622	
2.32	4.22	2.20	2.98	4.44	2.70	4.43	2.38	2.92							
0	0	5	5	7	4	1	8	5	3.144	2.238	4.479	2.238	2.255	42.981	
3.75	4.22	3.66	2.98	3.05	4.15	4.43	3.80	4.25							
2	0	2	5	5	6	1	6	1	3.144	2.238	4.479	3.601	2.255	50.037	
2.32	4.22	3.66	2.98	3.05	2.70	4.43	2.38	2.92							
0	0	2	5	5	4	1	8	5	4.528	3.601	3.064	2.238	2.255	44.378	
2.32	2.70	3.66	4.46	4.44	4.15	3.00	2.38	4.25							
0	3	2	3	7	6	0	8	1	4.528	3.601	4.479	3.601	3.634	51.235	
3.75	4.22	3.66	2.98	3.05	4.15	4.43	2.38	2.92							
2	0	2	5	5	6	1	8	5	3.144	3.601	4.479	3.601	3.634	50.035	
3.75	4.22	2.20	2.98	3.05	2.70	4.43	3.80	4.25							
2	0	5	5	5	4	1	6	1	4.528	3.601	4.479	2.238	2.255	48.513	

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	total X2
3.216	1.801	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	27.848
3.216	1.000	2.792	4.545	2.969	3.417	2.959	2.949	2.809	2.976	29.632
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	2.813	2.792	3.243	2.969	3.417	4.334	2.949	2.809	2.976	32.898
3.216	4.148	2.792	3.243	4.284	3.417	4.334	2.949	2.809	4.334	35.527
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	28.860
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
3.216	2.813	1.733	2.158	1.000	1.000	1.000	1.870	1.000	1.000	16.790
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
3.216	2.813	2.792	3.243	4.284	2.134	4.334	2.949	2.809	2.976	31.551
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	4.148	4.164	3.243	4.284	3.417	2.959	2.949	4.164	4.334	38.258
4.596	2.813	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	40.953
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	2.134	4.334	2.949	4.164	4.334	39.653
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288

4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
2.011	1.801	1.733	2.158	1.938	1.000	1.832	1.870	1.768	1.870	17.982
3.216	4.148	1.733	3.243	2.969	3.417	2.959	2.949	2.809	2.976	30.418
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	2.959	4.300	4.164	4.334	40.912
4.596	4.148	4.164	3.243	2.969	3.417	4.334	2.949	4.164	2.976	36.960
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	2.134	4.334	4.300	2.809	4.334	39.650
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	2.949	2.809	2.976	38.222
4.596	4.148	4.164	3.243	4.284	3.417	2.959	4.300	4.164	4.334	39.610
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	2.949	2.809	2.976	38.222
4.596	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	4.164	4.334	32.953
4.596	4.148	4.164	3.243	2.969	2.134	2.959	4.300	2.809	4.334	35.657
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	35.564
3.216	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	2.949	2.809	4.334	38.201
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	1.768	1.870	26.712
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	28.860
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	28.860
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	28.860
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	4.334	4.300	4.164	2.976	32.942
3.216	2.813	2.792	4.545	4.284	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	31.477
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	4.164	2.976	30.215
3.216	1.801	4.164	2.158	2.969	3.417	2.959	2.949	2.809	4.334	30.778
3.216	4.148	2.792	2.158	2.969	3.417	2.959	4.300	2.809	2.976	31.745
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	1.000	2.959	2.949	2.809	2.976	27.725
2.011	2.813	2.792	4.545	2.969	3.417	2.959	4.300	4.164	2.976	32.946
3.216	2.813	1.733	2.158	1.938	1.000	2.959	1.870	1.768	1.870	21.324
2.011	1.801	1.733	2.158	1.938	2.134	2.959	2.949	1.768	1.870	21.321
2.011	1.000	1.000	1.000	1.938	2.134	1.832	1.870	1.000	1.870	15.655
3.216	2.813	1.733	2.158	1.938	1.000	1.832	2.949	2.809	2.976	23.425
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	28.860
2.011	1.801	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	26.643
2.011	1.801	1.733	2.158	1.938	1.000	1.832	1.870	1.768	1.870	17.982
3.216	2.813	2.792	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	38.201
2.011	1.801	1.000	2.158	1.000	1.000	1.000	1.000	1.768	1.870	14.609
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	1.832	1.870	2.809	2.976	26.655
2.011	2.813	2.792	2.158	2.969	1.000	1.832	1.870	2.809	2.976	23.230
3.216	2.813	2.792	3.243	4.284	2.134	2.959	4.300	4.164	4.334	34.240
1.000	1.000	1.000	2.158	1.938	1.000	1.832	1.000	1.000	1.000	12.928
2.011	1.801	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	1.870	1.768	1.870	23.417
3.216	2.813	2.792	3.243	1.938	1.000	2.959	2.949	2.809	2.976	26.695
3.216	2.813	2.792	4.545	4.284	3.417	2.959	2.949	2.809	2.976	32.760
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	35.564
4.596	2.813	2.792	2.158	1.938	1.000	2.959	2.949	2.809	2.976	26.989

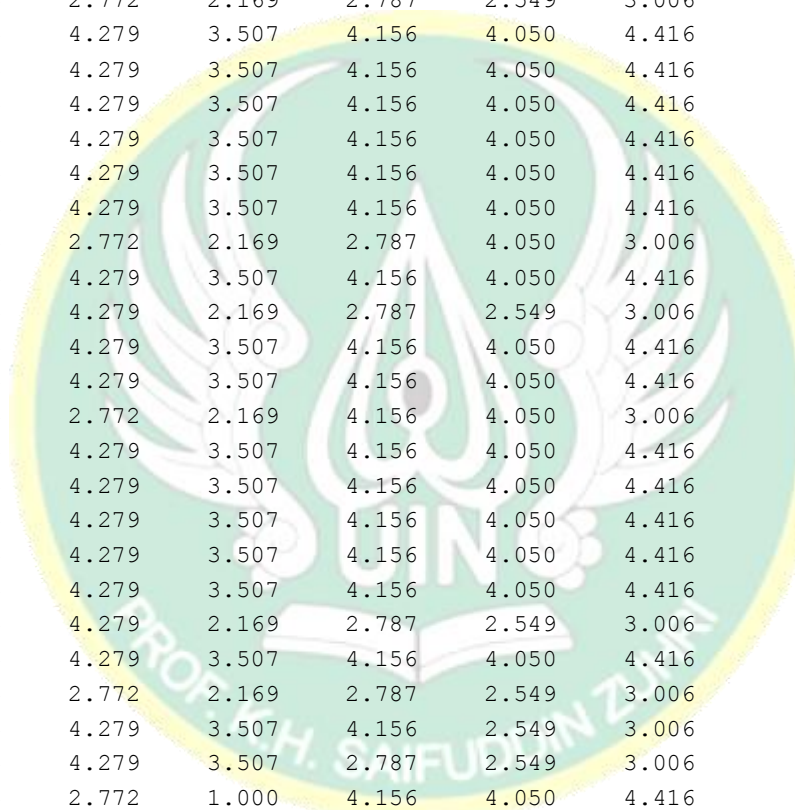
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	3.417	4.334	4.300	2.809	2.976	32.870
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	4.334	4.300	4.164	4.334	34.301
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	28.860
3.216	2.813	2.792	4.545	4.284	1.000	1.832	1.870	1.768	1.870	25.990
3.216	2.813	2.792	2.158	1.938	1.000	2.959	2.949	2.809	2.976	25.610
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	28.860
3.216	2.813	4.164	3.243	4.284	2.134	2.959	2.949	4.164	4.334	34.261
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	3.417	2.959	2.949	2.809	4.334	31.501
3.216	2.813	2.792	4.545	4.284	3.417	2.959	4.300	4.164	4.334	36.825
3.216	2.813	2.792	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	38.201
3.216	4.148	2.792	4.545	2.969	2.134	4.334	2.949	2.809	4.334	34.231
4.596	2.813	2.792	3.243	2.969	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	36.963
3.216	2.813	4.164	3.243	4.284	3.417	4.334	4.300	2.809	2.976	35.558
3.216	4.148	2.792	3.243	2.969	2.134	2.959	4.300	2.809	4.334	32.905
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	4.148	2.792	3.243	2.969	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	38.298
3.216	1.801	2.792	3.243	1.938	1.000	4.334	4.300	4.164	2.976	29.766
4.596	2.813	4.164	3.243	4.284	2.134	2.959	2.949	4.164	2.976	34.282
3.216	4.148	2.792	4.545	2.969	3.417	2.959	4.300	4.164	2.976	35.486
3.216	4.148	4.164	4.545	2.969	1.000	2.959	2.949	2.809	2.976	31.735
3.216	4.148	4.164	3.243	2.969	2.134	4.334	4.300	4.164	2.976	35.650
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	2.134	2.959	4.300	4.164	2.976	38.270
3.216	2.813	4.164	4.545	2.969	2.134	4.334	2.949	2.809	2.976	32.910
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	2.959	2.949	2.809	2.976	36.846
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	35.564
3.216	4.148	2.792	3.243	2.969	3.417	2.959	4.300	2.809	4.334	34.188
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	42.288
4.596	2.813	2.792	4.545	4.284	2.134	2.959	4.300	4.164	2.976	35.563
3.216	2.813	4.164	4.545	4.284	3.417	4.334	2.949	2.809	4.334	36.866
4.596	4.148	4.164	4.545	2.969	2.134	2.959	4.300	4.164	2.976	36.955
3.216	2.813	4.164	3.243	2.969	2.134	4.334	4.300	2.809	2.976	32.960
4.596	4.148	2.792	3.243	2.969	3.417	4.334	4.300	4.164	4.334	38.298
3.216	2.813	2.792	3.243	2.969	2.134	4.334	4.300	4.164	4.334	34.301
4.596	4.148	4.164	4.545	4.284	2.134	2.959	2.949	2.809	2.976	35.564

x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7	x3.8	x3.9	x3.10	total x3
2.405	2.126	3.593	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	27.728
2.405	1.000	2.205	2.311	2.470	3.156	2.051	1.000	3.064	2.252	21.915
3.861	3.475	3.593	3.701	2.470	3.156	3.193	3.158	4.479	3.618	34.704
3.861	3.475	2.205	2.311	3.920	4.613	3.193	3.158	3.064	2.252	32.051
2.405	2.126	3.593	3.701	3.920	3.156	4.545	4.545	3.064	2.252	33.307
2.405	2.126	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	26.339
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.968	1.000	1.000	10.968
3.861	2.126	3.593	2.311	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	37.610
2.405	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	38.894
3.861	2.126	3.593	2.311	2.470	3.156	3.193	4.545	3.064	2.252	30.570

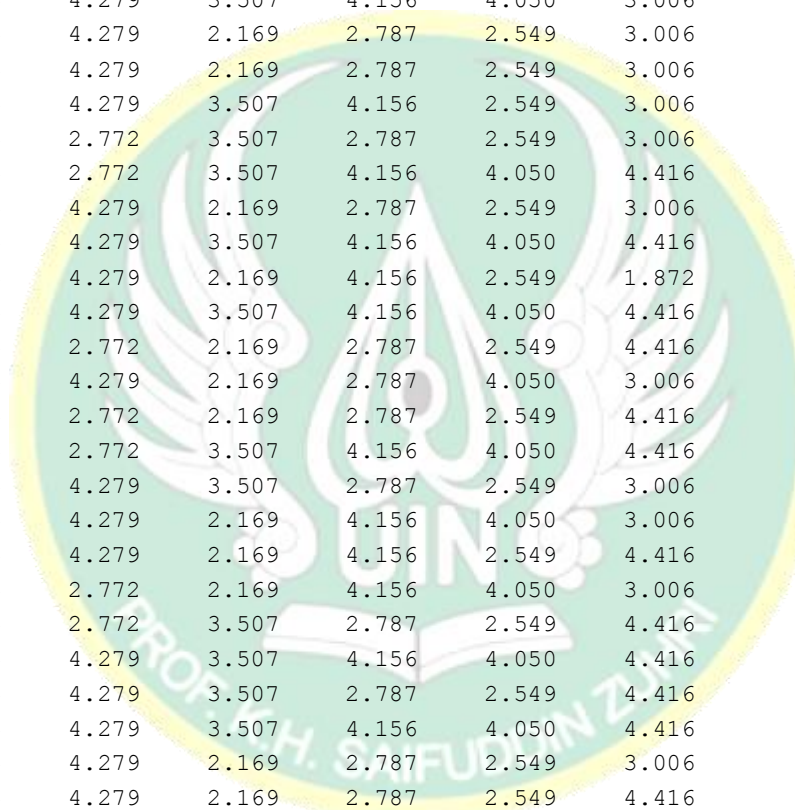
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
3.861	3.475	3.593	3.701	2.470	3.156	4.545	4.545	4.479	3.618	37.442
3.861	3.475	3.593	3.701	2.470	3.156	3.193	4.545	4.479	3.618	36.091
3.861	3.475	3.593	2.311	2.470	3.156	3.193	4.545	4.479	3.618	34.701
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.816	2.051	1.968	1.872	1.000	13.707
2.405	2.126	3.593	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	27.728
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	3.193	3.158	3.064	2.252	34.829
2.405	2.126	2.205	3.701	3.920	3.156	3.193	3.158	3.064	3.618	30.546
3.861	3.475	2.205	2.311	2.470	4.613	4.545	3.158	4.479	3.618	34.734
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
3.861	3.475	2.205	2.311	3.920	3.156	4.545	3.158	4.479	3.618	34.727
3.861	2.126	3.593	2.311	2.470	4.613	3.193	3.158	4.479	3.618	33.421
2.405	2.126	3.593	3.701	3.920	3.156	4.545	3.158	4.479	2.252	33.335
3.861	3.475	2.205	2.311	2.470	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	36.121
3.861	3.475	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	29.144
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	3.158	3.064	2.252	36.181
3.861	3.475	2.205	2.311	3.920	3.156	4.545	4.545	4.479	3.618	36.114
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
2.405	2.126	2.205	1.000	1.000	1.816	2.051	3.158	3.064	2.252	21.077
2.405	2.126	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	26.339
2.405	2.126	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	26.339
3.861	3.475	3.593	3.701	2.470	3.156	4.545	3.158	4.479	3.618	36.055
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
2.405	2.126	2.205	2.311	2.470	4.613	4.545	4.545	4.479	2.252	31.950
3.861	3.475	2.205	2.311	2.470	4.613	4.545	4.545	3.064	2.252	33.339
2.405	2.126	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	26.339
2.405	2.126	2.205	3.701	2.470	3.156	3.193	4.545	4.479	3.618	31.898
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	3.158	3.064	2.252	36.181
3.861	2.126	2.205	2.311	3.920	3.156	4.545	3.158	3.064	2.252	30.597
2.405	1.000	2.205	3.701	2.470	3.156	4.545	1.968	3.064	2.252	26.766
3.861	2.126	3.593	2.311	2.470	3.156	4.545	3.158	3.064	2.252	30.535
3.861	3.475	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	29.144
1.000	2.126	1.000	2.311	2.470	4.613	3.193	1.968	3.064	1.000	22.745
2.405	1.000	1.000	1.000	2.470	3.156	2.051	1.968	1.872	1.000	17.923
2.405	1.000	1.000	2.311	3.920	3.156	2.051	3.158	1.872	1.000	21.873
2.405	2.126	1.000	1.000	1.000	3.156	2.051	3.158	3.064	1.000	19.961
2.405	1.000	1.000	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	1.000	22.757
1.000	1.000	1.000	1.000	2.470	3.156	2.051	3.158	3.064	2.252	20.151
2.405	2.126	2.205	2.311	1.000	1.816	2.051	1.968	1.872	1.000	18.754
2.405	2.126	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	26.339
3.861	3.475	3.593	2.311	2.470	4.613	3.193	4.545	4.479	3.618	36.157
2.405	2.126	2.205	1.000	2.470	3.156	4.545	4.545	4.479	3.618	30.549
3.861	3.475	3.593	3.701	2.470	3.156	4.545	4.545	4.479	3.618	37.442
1.000	1.000	2.205	2.311	2.470	3.156	2.051	1.968	1.872	1.000	19.034
2.405	2.126	3.593	3.701	3.920	4.613	3.193	3.158	4.479	2.252	33.440
2.405	2.126	2.205	1.000	1.000	1.816	3.193	1.968	1.872	1.000	18.585

3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
2.405	2.126	2.205	1.000	1.000	1.816	2.051	3.158	3.064	2.252	21.077
2.405	2.126	3.593	3.701	3.920	3.156	3.193	3.158	4.479	2.252	31.983
3.861	3.475	3.593	3.701	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	31.922
2.405	2.126	2.205	2.311	3.920	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	27.790
2.405	3.475	3.593	3.701	3.920	3.156	4.545	4.545	4.479	2.252	36.071
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	33.372
3.861	3.475	3.593	2.311	2.470	3.156	3.193	4.545	4.479	3.618	34.701
2.405	2.126	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	26.339
2.405	2.126	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	4.545	4.479	2.252	29.142
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
2.405	2.126	3.593	2.311	3.920	3.156	3.193	3.158	4.479	2.252	30.593
2.405	3.475	3.593	2.311	2.470	3.156	3.193	4.545	4.479	3.618	33.245
2.405	3.475	3.593	2.311	3.920	4.613	4.545	3.158	4.479	3.618	36.117
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
3.861	3.475	2.205	3.701	2.470	4.613	3.193	4.545	3.064	3.618	34.744
2.405	3.475	2.205	2.311	2.470	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	34.666
3.861	2.126	3.593	3.701	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	30.573
2.405	2.126	3.593	2.311	2.470	4.613	4.545	3.158	3.064	2.252	30.537
3.861	3.475	3.593	3.701	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	3.618	33.288
3.861	3.475	3.593	2.311	2.470	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	37.509
2.405	2.126	3.593	2.311	2.470	3.156	3.193	4.545	4.479	3.618	31.896
2.405	3.475	2.205	3.701	2.470	4.613	3.193	4.545	3.064	3.618	33.289
3.861	3.475	2.205	2.311	2.470	4.613	3.193	4.545	4.479	2.252	33.403
2.405	1.000	2.205	2.311	2.470	3.156	4.545	3.158	3.064	2.252	26.566
2.405	3.475	3.593	2.311	2.470	4.613	4.545	4.545	4.479	2.252	34.688
2.405	2.126	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	37.545
2.405	3.475	2.205	2.311	3.920	3.156	3.193	3.158	4.479	3.618	31.920
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	40.349
2.405	3.475	2.205	3.701	2.470	4.613	3.193	3.158	3.064	3.618	31.902
3.861	3.475	2.205	2.311	2.470	3.156	3.193	4.545	4.479	3.618	33.312
2.405	2.126	3.593	3.701	2.470	3.156	4.545	3.158	3.064	3.618	31.836
2.405	3.475	2.205	3.701	2.470	3.156	3.193	4.545	3.064	2.252	30.466
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	4.613	4.545	3.158	3.064	2.252	36.181
2.405	3.475	2.205	2.311	2.470	4.613	4.545	4.545	3.064	2.252	31.884
3.861	3.475	3.593	2.311	2.470	4.613	4.545	4.545	4.479	3.618	37.509
3.861	3.475	3.593	3.701	3.920	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	33.372
3.861	3.475	3.593	3.701	2.470	3.156	3.193	3.158	3.064	2.252	31.922

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	total Y
3.026	2.772	2.169	2.787	2.549	3.006	16.309
3.026	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	17.817
4.416	4.279	3.507	4.156	2.549	4.416	23.323
1.922	2.772	1.000	2.787	2.549	4.416	15.446
1.922	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	16.712
3.026	2.772	1.000	2.787	2.549	3.006	15.140
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824



4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
1.922	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	6.922
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
3.026	2.772	1.000	2.787	2.549	3.006	15.140
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
1.922	1.596	1.000	1.793	1.000	1.872	9.182
3.026	2.772	2.169	2.787	2.549	3.006	16.309
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	2.772	2.169	2.787	4.050	3.006	19.200
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	19.206
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
3.026	2.772	2.169	4.156	4.050	3.006	19.179
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	19.206
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
3.026	2.772	2.169	2.787	2.549	3.006	16.309
4.416	4.279	3.507	4.156	2.549	3.006	21.914
4.416	4.279	3.507	2.787	2.549	3.006	20.545
4.416	2.772	1.000	4.156	4.050	4.416	20.809
1.922	2.772	2.169	4.156	2.549	3.006	16.574
3.026	4.279	2.169	1.793	2.549	3.006	16.822
4.416	2.772	2.169	2.787	2.549	3.006	17.699
3.026	4.279	1.000	1.000	2.549	1.872	13.726
3.026	1.596	2.169	1.793	2.549	4.416	15.548
1.922	2.772	1.000	1.793	1.000	1.872	10.358
1.922	2.772	1.000	4.156	4.050	4.416	18.316
1.000	2.772	2.169	1.793	2.549	3.006	13.288
3.026	2.772	2.169	2.787	2.549	1.872	15.174
3.026	2.772	2.169	2.787	2.549	3.006	16.309
3.026	2.772	2.169	2.787	2.549	3.006	16.309
3.026	2.772	2.169	4.156	4.050	4.416	20.589
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824



4.416	4.279	1.000	1.793	4.050	4.416	19.954
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
3.026	2.772	3.507	4.156	4.050	3.006	20.518
3.026	2.772	2.169	2.787	2.549	3.006	16.309
3.026	2.772	2.169	2.787	2.549	3.006	16.309
4.416	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	19.206
3.026	2.772	2.169	2.787	4.050	4.416	19.220
3.026	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	17.817
4.416	2.772	2.169	2.787	4.050	4.416	20.609
3.026	2.772	1.000	1.793	2.549	1.872	13.011
3.026	2.772	3.507	4.156	2.549	3.006	19.017
4.416	4.279	3.507	4.156	2.549	3.006	21.914
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	3.006	23.415
4.416	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	19.206
3.026	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	17.817
4.416	4.279	3.507	4.156	2.549	3.006	21.914
3.026	2.772	3.507	2.787	2.549	3.006	17.648
3.026	2.772	3.507	4.156	4.050	4.416	21.927
4.416	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	19.206
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
3.026	4.279	2.169	4.156	2.549	1.872	18.051
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	2.772	2.169	2.787	2.549	4.416	19.108
3.026	4.279	2.169	2.787	4.050	3.006	19.318
3.026	2.772	2.169	2.787	2.549	4.416	17.719
3.026	2.772	3.507	4.156	4.050	4.416	21.927
3.026	4.279	3.507	2.787	2.549	3.006	19.155
3.026	4.279	2.169	4.156	4.050	3.006	20.687
3.026	4.279	2.169	4.156	2.549	4.416	20.595
3.026	2.772	2.169	4.156	4.050	3.006	19.179
3.026	2.772	3.507	2.787	2.549	4.416	19.057
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
3.026	4.279	3.507	2.787	2.549	4.416	20.565
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
4.416	4.279	2.169	2.787	2.549	3.006	19.206
3.026	4.279	2.169	2.787	2.549	4.416	19.226
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
3.026	2.772	3.507	2.787	4.050	3.006	19.149
3.026	4.279	2.169	4.156	2.549	3.006	19.186
4.416	4.279	3.507	4.156	4.050	4.416	24.824
3.026	4.279	2.169	2.787	2.549	4.416	19.226
3.026	2.772	3.507	4.156	4.050	4.416	21.927
4.416	4.279	3.507	4.156	2.549	3.006	21.914
4.416	2.772	2.169	2.787	4.050	4.416	20.609

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas

a. Instagram

Correlations

	X1.0 1	X1.0 2	X1.0 3	X1.0 4	X1.0 5	X1.0 6	X1.0 7	X1.0 8	X1.0 9	X1.1 0	X1.1 1	X1.1 2	X1.1 3	X1.1 4	X1.1 5
X1.0 Pearson 1 Correlation	1	.646 **	.552 **	.431 **	.446 **	.376 **	.345 **	.290 **	.278 **	.260 **	.319 **	.353 **	.236 **	.299 **	.643 **
Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.003	.004	.001	.000	.009	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.0 Pearson 2 Correlation	.646 **	1	.356 **	.336 **	.409 **	.406 **	.495 **	.302 **	.222 *	.180 *	.265 **	.206 *	.096	.119	.553 **
Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.013	.036	.004	.020	.171	.120	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.0 Pearson 3 Correlation	.552 **	.356 **	1	.496 **	.398 **	.325 **	.277 **	.216 *	.417 **	.407 **	.343 **	.321 **	.387 **	.287 **	.639 **
Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.015	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.0 Pearson 4 Correlation	.431 **	.336 **	.496 **	1	.487 **	.344 **	.214 *	.282 **	.449 **	.315 **	.440 **	.217 *	.314 **	.298 **	.623 **
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.016	.002	.000	.001	.000	.015	.001	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.0 Pearson 5 Correlation	.446 **	.409 **	.398 **	.487 **	1	.609 **	.333 **	.297 **	.336 **	.284 **	.306 **	.366 **	.304 **	.364 **	.659 **
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.002	.001	.000	.001	.000	.000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.0 Pearson 6 Correlation	.376 **	.406 **	.325 **	.344 **	.609 **	.346 1	.288 **	.244 **	.193 *	.244 **	.280 **	.352 **	.409 **	.599 **		
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.002	.007	.027	.007	.002	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.0 Pearson 7 Correlation	.345 **	.495 **	.277 **	.214 *	.333 **	.346 **	.687 1	.463 **	.371 **	.333 **	.291 **	.352 **	.315 **	.647 **		
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.003	.016	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.001	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.0 Pearson 8 Correlation	.290 **	.302 **	.216 *	.282 **	.297 **	.288 **	.687 1	.497 **	.361 **	.385 **	.323 **	.311 **	.326 **	.620 **		
Sig. (1-tailed)	.002	.001	.015	.002	.001	.002	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.0 Pearson 9 Correlation	.278 **	.222 *	.417 **	.449 **	.336 **	.244 **	.463 **	.497 **	.690 1	.512 **	.391 **	.446 **	.381 **	.707 **		
Sig. (1-tailed)	.003	.013	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.1 Pearson 0 Correlation	.260 **	.180 *	.407 **	.315 **	.284 **	.193 *	.371 **	.361 **	.690 **	.612 1	.462 **	.407 **	.407 **	.665 **		
Sig. (1-tailed)	.004	.036	.000	.001	.002	.027	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.1 Pearson 1 Correlation	.319 **	.265 **	.343 **	.440 **	.306 **	.244 **	.333 **	.385 **	.512 **	.612 **	.576 1	.421 **	.480 **	.696 **		

	Sig. (1-tailed)	.001	.004	.000	.000	.001	.007	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.1	Pearson	.353	.206	.321	.217	.366	.280	.291	.323	.391	.462	.576	1	.579	.543	.659
2	Correlation	**	*	**	*	**	**	**	**	**	**	**		**	**	**
	Sig. (1-tailed)	.000	.020	.001	.015	.000	.002	.002	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.1	Pearson	.236	.096	.387	.314	.304	.352	.352	.311	.446	.407	.421	.579	1	.550	.643
3	Correlation	**		**	**	**	**	**	**	**	**	**	**		**	**
	Sig. (1-tailed)	.009	.171	.000	.001	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.1	Pearson	.299	.119	.287	.298	.364	.409	.315	.326	.381	.407	.480	.543	.550	1	.645
4	Correlation	**		**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**		**
	Sig. (1-tailed)	.001	.120	.002	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.1	Pearson	.643	.553	.639	.623	.659	.599	.647	.620	.707	.665	.696	.659	.643	.645	1
5	Correlation	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

b. Lemon8

Correlations

	X2..0 1	X2..0 2	X2..0 3	X2..0 4	X2..0 5	X2..0 6	X2..0 7	X2..0 8	X2..0 9	X2..1 0	TOTAL
X2..0 Pearson 1 Correlation	1	.736**	.734**	.579**	.611**	.481**	.524**	.546**	.618**	.575**	.804**
Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2..0 Pearson 2 Correlation	.736**	1	.679**	.583**	.579**	.477**	.477**	.537**	.513**	.560**	.771**
Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2..0 Pearson 3 Correlation	.734**	.679**	1	.690**	.745**	.493**	.591**	.528**	.576**	.581**	.830**
Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2..0 Pearson 4 Correlation	.579**	.583**	.690**	1	.782**	.520**	.537**	.497**	.539**	.494**	.781**
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2..0 Pearson 5 Correlation	.611**	.579**	.745**	.782**	1	.622**	.540**	.486**	.556**	.607**	.819**
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2..0 Pearson 6 Correlation	.481**	.477**	.493**	.520**	.622**	1	.614**	.591**	.532**	.637**	.749**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2..0 Pearson 7 Correlation	.524**	.477**	.591**	.537**	.540**	.614**	1	.682**	.614**	.648**	.781**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2..0 Pearson 8 Correlation	.546**	.537**	.528**	.497**	.486**	.591**	.682**	1	.783**	.702**	.797**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2..0 Pearson 9 Correlation	.618**	.513**	.576**	.539**	.556**	.532**	.614**	.783**	1	.750**	.813**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2..1 Pearson 0 Correlation	.575**	.560**	.581**	.494**	.607**	.637**	.648**	.702**	.750**	1	.822**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL Pearson Correlation	.804**	.771**	.830**	.781**	.819**	.749**	.781**	.797**	.813**	.822**	1	

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3..0 Pearson 5 Correlation	.372**	.355**	.469**	.607**	1	.547**	.546**	.323**	.440**	.376**	.673**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X3..0 Pearson 6 Correlation	.420**	.524**	.377**	.442**	.547**	1	.628**	.507**	.514**	.477**	.726**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X3..0 Pearson 7 Correlation	.477**	.498**	.539**	.487**	.546**	.628**	1	.557**	.604**	.558**	.789**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X3..0 Pearson 8 Correlation	.454**	.594**	.431**	.339**	.323**	.507**	.557**	1	.708**	.669**	.746**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X3..0 Pearson 9 Correlation	.443**	.547**	.544**	.358**	.440**	.514**	.604**	.708**	1	.777**	.793**	
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X3..1 Pearson 0 Correlation	.532**	.627**	.540**	.456**	.376**	.477**	.558**	.669**	.777**	1	.803**	

Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL Pearson Correlation	.721**	.783**	.749**	.704**	.673**	.726**	.789**	.746**	.793**	.803**	1
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

d. Lifestyle

Correlations

	Y..01	Y..02	Y..03	Y..04	Y..05	Y..06	TOTAL
Y..01 Pearson Correlation	1	.610**	.576**	.503**	.538**	.486**	.789**
Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
Y..02 Pearson Correlation	.610**	1	.512**	.452**	.350**	.339**	.689**
Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
Y..03 Pearson Correlation	.576**	.512**	1	.694**	.544**	.524**	.820**
Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
Y..04 Pearson Correlation	.503**	.452**	.694**	1	.680**	.568**	.830**
Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100

Y..05	Pearson Correlation	.538**	.350**	.544**	.680**	1	.698**	.810**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y..06	Pearson Correlation	.486**	.339**	.524**	.568**	.698**	1	.769**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.789**	.689**	.820**	.830**	.810**	.769**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

a. Instagram

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	14

b. Lemon8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	10

c. TikTok

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	10

d. Lifestyle

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	6

Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57374552
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.040
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.985	1.607		1.236	.220		
IG	.209	.053	.402	3.947	.000	.410	2.439
LM	.148	.054	.260	2.724	.008	.465	2.151
TT	.121	.062	.196	1.960	.053	.426	2.350

a. Dependent Variable: LS

c. Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.259	1.346		3.907	.000
IG	-.044	.044	-.149	-.997	.321
LM	-.043	.046	-.132	-.939	.350
TT	-.036	.052	-.102	-.691	.491

a. Dependent Variable: LN_RES

Lampiran 7: Hasil Uji Analisis data

a. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.985	1.607		1.236	.220
IG	.209	.053	.402	3.947	.000
LM	.148	.054	.260	2.724	.008
TT	.121	.062	.196	1.960	.053

a. Dependent Variable: LS

Lampiran 8: Hasil uji Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.985	1.607		1.236	.220
IG	.209	.053	.402	3.947	.000
LM	.148	.054	.260	2.724	.008
TT	.121	.062	.196	1.960	.053

a. Dependent Variable: LS

b. Uji f (simultan)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	951.733	3	317.244	46.441	.000 ^b
	Residual	655.792	96	6.831		
	Total	1607.526	99			

a. Dependent Variable: LS

b. Predictors: (Constant), TT, LM, IG

c. Uji Koefisien Determinan (*Adjust R Square*)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.592	.579	2.61365

a. Predictors: (Constant), TT, LM, IG

b. Dependent Variable: LS



Lampiran 9 : r tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473

Lampiran 10 : t tabel

Tabel Distribusi t

dk	α untuk Uji Satu Pihak (<i>one tail test</i>)					
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
	α untuk Uji Dua Pihak (<i>two tail test</i>)					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

Lampiran 11 : F tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473

Lampiran 12: Dokumentasi Penelitian



Lampiran 13: Surat Izin Observasi


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1220.a/Un.19/FEBIJ.ES/PP.009/5/2024
 Lamp. : -
 Perihal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Purwokerto, 27 Mei 2024

Kepada Yth.,
 Rektor UNSOED Purwokerto
 di
 Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul
 "Pengaruh Konten Pada Platform Instagram Lemon8 dan TikTok Terhadap Lifestilye
 Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto)", maka kami mohon Bapak/ibu berkenan
 memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

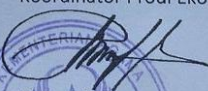
1. Nama : Mutiara Kurniawati
2. NIM : 2017201146
3. Semester/Prodi : 9 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2024/2025
5. Alamat : Jl. Pengasingan Rt. 5 Rw. 5 Kedungringin Kec. Patiraja

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Mahasiswa
2. Tempat/Lokasi : UNSOED
3. Waktu Obsevasi : 3 Juni s.d. 15 Juli 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
 Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

 H. Sochim





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1220.a/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/5/2024
 Lamp. : -
 Perihal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Purwokerto, 27 Mei 2024

Kepada Yth.,
 Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
 di
 Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul "Pengaruh Konten Pada Platform Instagram Lemon8 dan TikTok Terhadap Lifestyle Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto)", maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

1. Nama : Mutiara Kurniawati
2. NIM : 2017201146
3. Semester/Prodi : 9 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2024/2025
5. Alamat : Jl. Pengasingan Rt. 5 Rw. 5 Kedungringin Kec. Patiraja

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Mahasiswa
2. Tempat/Lokasi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
3. Waktu Observasi : 3 Juni s.d. 15 Juli 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
 Koordinator Prodi Ekonomi Syariah





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1220.a/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/5/2024
Lamp. : -
Perihal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Purwokerto, 27 Mei 2024

Kepada Yth.,
Rektor Univ. Muhammadiyah Purwokerto
di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul "Pengaruh Konten Pada Platform Instagram Lemon8 dan TikTok Terhadap Lifestilye Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto)", maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

1. Nama : Mutiara Kurniawati
2. NIM : 2017201146
3. Semester/Prodi : 9 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2024/2025
5. Alamat : Jl. Pengasingan Rt. 5 Rw. 5 Kedungringin Kec. Patiraja

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Mahasiswa
2. Tempat/Lokasi : UMP
3. Waktu Obsevasi : 3 Juni s.d. 15 Juli 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochimim



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1220.a/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/5/2024
Lamp. : -
Perihal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Purwokerto, 27 Mei 2024

Kepada Yth.,
Rektor AMIKOM Purwokerto
di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul "Pengaruh Konten Pada Platform Instagram Lemon8 dan TikTok Terhadap Lifestylie Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto)", maka kami mohon Bapak/ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

1. Nama : Mutiara Kurniawati
2. NIM : 2017201146
3. Semester/Prodi : 9 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2024/2025
5. Alamat : Jl. Pengasingan Rt. 5 Rw. 5 Kedungringin Kec. Patiraja

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Mahasiswa
2. Tempat/Lokasi : AMIKOM
3. Waktu Obsevasi : 3 Juni s.d. 15 Juli 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah



Lampiran 14 :Surat Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1523.a/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/8/2024
 Lamp. :
 Perihal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Purwokerto, 15 Agustus 2024

Kepada Yth.,
 Rektor UNSOED Purwokerto
 di
 Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Konten Pada Platform Media Sosial Instagram Lemon8 dan TikTok Terhadap Lifestilye Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto)", maka kami mohon Bapak/ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

1. Nama : Mutiara Kurniawati
2. NIM : 2017201146
3. Semester/Prodi : 9 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2024/2025
5. Alamat : Jl. Pengasingan Rt. 5 Rw. 5 Kedungringin Kec. Patiraja

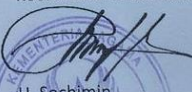
Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Mahasiswa
2. Tempat/Lokasi : UNSOED
3. Waktu Obsevasi : 19 Agustus s.d. 4 November 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
 Koordinator Prodi Ekonomi Syariah


 H. Sochimim





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1523.a/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/8/2024
 Lamp. : -
 Perihal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Purwokerto, 15 Agustus 2024

Kepada Yth.,
 Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
 di
 Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Konten Pada Platform Media Sosial Instagram Lemon8 dan TikTok Terhadap Lifestylе Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto)", maka kami mohon Bapak/ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

1. Nama : Mutiara Kurniawati
2. NIM : 2017201146
3. Semester/Prodi : 9 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2024/2025
5. Alamat : Jl. Pengasingan Rt. 5 Rw. 5 Kedungringin Kec. Patiraja

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Mahasiswa
2. Tempat/Lokasi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
3. Waktu Obsevasi : 19 Agustus s.d. 4 November 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
 Koordinator Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochimim



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1523.a/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/8/2024
 Lamp. : -
 Perihal : **Pemohonan Izin Riset Individual**

Purwokerto, 15 Agustus 2024

Kepada Yth.,
 Rektor Univ. Muhammadiyah Purwokerto
 di
 Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Konten Pada Platform Media Sosial Instagram Lemon8 dan TikTok Terhadap Lifestylie Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto)", maka kami mohon Bapak/ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

1. Nama : Mutiara Kurniawati
2. NIM : 2017201146
3. Semester/Prodi : 9 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2024/2025
5. Alamat : Jl. Pengasingan Rt. 5 Rw. 5 Kedungringin Kec. Patiraja

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Mahasiswa
2. Tempat/Lokasi : UMP
3. Waktu Obsevasi : 19 Agustus s.d. 4 November 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
 Koordinator Prodi Ekonomi Syariah


 H. Sochimim



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1523.a/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/8/2024

Purwokerto, 15 Agustus 2024

Lamp. : -

Perihal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.,
Rektor AMIKOM Purwokerto
di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Konten Pada Platform Media Sosial Instagram Lemon8 dan TikTok Terhadap Lifestyle Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto)", maka kami mohon Bapak/ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

1. Nama : Mutiara Kurniawati
2. NIM : 2017201146
3. Semester/Prodi : 9 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2024/2025
5. Alamat : Jl. Pengasingan Rt. 5 Rw. 5 Kedungringin Kec. Patiraja

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Mahasiswa
2. Tempat/Lokasi : AMIKOM
3. Waktu Obsevasi : 19 Agustus s.d. 4 November 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochimim

Lampiran 15:**Daftar Riwayat Hidup****A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Mutiara Kurniawati
2. NIM : 2017201146
3. Tempat/tgl. Lahir : 22 Juni 2002
4. Alamat Rumah : Jl Pengasinan RT005 RW005
Kedungwringin,
5. Kecamatan Patikraja
6. Nama Orang Tua :
 Nama Ayah : Saeri
 Nama Ibu : Nur Maliah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal :
 a. TK : TK Aisyah 02
 b. SD/MI : SD N 2 Kedungwringin
 c. SMP/Mts : MTs N 1 Banyumas
 d. SMA/SMK/MA : MAN 1 Banyumas
 e. S1 : Universitas Islam Negeri Prof. K.H.
 Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non Formal : -
3. Pengalaman Organisasi : -

Purwokerto, Desember 2024

Mutiara Kurniawati

NIM. 2017201146