

Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan dalam Gaya Hidup Gen Z di Kota Tangerang

Delani Siregar ^{1*}, Toddy Aditya ², Eko Purwanto ³, Korry Elyana ⁴

^{1,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Kota Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia.

² Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Kota Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia.

article info

Article history:

Received 8 January 2024

Received in revised form

12 March 2024

Accepted 1 May 2024

Available online July 2024.

DOI:

<https://doi.org/10.35870/jtik.v8i3.2060>.

Keywords:

Instagram; Generation Z;
Lifestyle Changes; Statistic
Analysis.

Kata Kunci:

Instagram; Generasi Z;
Perubahan Gaya Hidup;
Analisis Statistik.

abstract

Instagram is a social media platform that has many users, mostly teenagers. Instagram is currently playing a role in changing the lifestyle of Generation Z, but it does not always have a positive impact because some users are negatively impacted. Instagram is changing the lifestyle of Generation Z. Change depends on everyone using Instagram. The research utilizes a quantitative method approach, applying techniques, SPSS version 24 software to analyze questionnaire data collected via Excel. Stages: Validity and Reliability Test, Regression Test, Correlation Test, Determination Test and t Test. The research results prove influencing factors such as visual communication, interaction relations, personalization, network relations, and information delivery. has a negative and positive correlation with lifestyle changes in gen z. 27 statements were shown to be valid and reliable because the table r value was greater than the calculated r value and reliability value. The r2 value in the coefficient of determination test is 25.9% indicating the digital media variable (Independent) on the lifestyle change variable of gen z. The research results show that factors have a big influence on changes in Gen Z lifestyle, both positive and negative.

abstrak

Instagram adalah platform media sosial yang memiliki banyak pengguna, sebagian besar remaja. Instagram saat ini berperan dalam mengubah gaya hidup Generasi Z, tetapi tidak selalu berdampak positif karena beberapa pengguna terkena dampak negatif. Instagram mengubah gaya hidup Generasi Z. Perubahan bergantung setiap orang menggunakan Instagram. Penelitian memanfaatkan pendekatan metode kuantitatif, menerapkan teknik, software SPSS versi 24 untuk menganalisis data kuesioner yang terkumpul melalui excel. Tahapan nya: Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Regresi, Uji Korelasi, Uji determinasi dan Uji t. Hasil penelitian membuktikan faktor pengaruh seperti komunikasi visual, relasi interaksi, personalisasi, hubungan jaringan, dan penyampaian informasi. memiliki korelasi negatif dan positif dengan perubahan gaya hidup gen z. 27 pernyataan, ditunjukkan valid dapat diandalkan karena nilai r tabel lebih besar daripada nilai r hitung dan nilai reliabilitas. Nilai r2 pada uji koefisien determinasi 25,9% menunjukkan variabel media digital (Independent) terhadap variabel perubahan gaya hidup gen z. Hasil penelitian, faktor memiliki pengaruh besar terhadap perubahan gaya hidup Gen Z, positif maupun negatif.

Corresponding Author. Email: siregardelani@gmail.com ^{1}.

© E-ISSN: 2580-1643.

Copyright © 2024 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 



ACM Computing Classification System (CCS)



Communication and Mass Media Complete (CMMC)

1. Latar Belakang

Teknologi komunikasi, yang terdiri dari hardware dan perangkat keras dalam sistem organisasi berdasarkan prinsip sosial, memungkinkan setiap orang untuk mengirimkan, memproses, serta berbagi informasi dengan orang lain. Menurut Gantiano (2017), fokus teknologi komunikasi adalah cara data dapat disalurkan, didistribusikan, dan disampaikan ke lokasi yang dimaksud. Kehidupan khalayak pasti akan lebih ringan dengan peningkatan teknologi seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Manusia membutuhkan teknologi komunikasi untuk berinteraksi, berkoneksi, serta bersosialisasi [1].

Era teknologi digital pun dikenal sebagai era milenium, adalah era di mana teknologi digital digunakan secara signifikan. Setiap industri telah menginjak memanfaatkan teknologi, yang membuat hidup kian mudah (Lestari, 2018). Sehingga teknologi digital tidak disalahgunakan, diperlukan sumber daya manusia yang cakap untuk menjalankannya (Tayibnapis, dkk, 2019). Aktivitas masyarakat digital dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital (Purwangsa & Hasanah, 2018). Danuri (2019) menyatakan bahwa kemajuan teknologi informasi serta telekomunikasi telah mengubah kehidupan sehari-hari. Teknologi modern akan memudahkan orang untuk melakukan aktivitas mereka. Genta (dalam Purwani, 2021) mengatakan bahwa besarnya penemuan teknologi baru yang dapat dilakukan secara mobile menunjukkan cepatnya kemajuan teknologi. Kadang-kadang, orang menjadi ketagihan teknologi karena kemudahan aksesnya. Smartphone adalah produk teknologi digital yang dibuat sebagai hasil dari kemajuan teknologi. Ponsel pintar alias smartphone adalah alat yang sangat mudah digunakan dan diakses. Smartphone benar-benar memudahkan pengguna. Kemudahan ini disebabkan oleh banyaknya aplikasi yang terinstal pada smartphone. Salah satu aplikasi smartphone yang paling populer ialah Instagram [2].

Sosial media adalah platform yang memungkinkan orang berinteraksi dan berkoneksi secara online tanpa terbatas ruang dan waktu. Instagram adalah salah satu platform sosial media yang paling banyak digunakan oleh semua orang. Yang saat ini memiliki banyak fitur seperti Instagram Story, Direct Message, serta IGTV, dll. Sistem sosial Instagram

mengharuskan Anda mengikuti akun orang lain. Oleh karena itu, pengguna Instagram dapat berinteraksi satu sama lain dengan memberikan tanda suka atau memberikan komentar pada foto yang diunggah oleh orang lain (Nabila, 2016). Sudah jelas bahwa pendayagunaan Instagram dapat mempengaruhi sikap serta perilaku seseorang. Instagram sekarang menjadi tempat untuk berkompetisi, sebagian orang menjadi lebih kreatif dan tampak menarik, sedangkan yang lain terus menampilkan barang-barang mereka. Remaja kontemporer lebih suka memperoleh pengakuan melalui internet daripada melalui hubungan langsung. Banyak orang mengupload foto ataupun video sekadar untuk mendapatkan like serta komentar dari orang lain, menurut Nurul (2019) [3].

Jumlah populasi yang terus meningkat di seluruh dunia menghasilkan sejumlah generasi. Mereka terdiri dari Generasi Baby Boomers (1946–1960) dan Generasi Z, juga disebut sebagai Gen Z (1995–2010), yang merupakan generasi yang sangat penting di era modern. Gen Z ialah generasi pertama yang telah terpapar teknologi sejak awal. Teknologi ini terdiri dari komputer maupun media elektronik lainnya, semacam ponsel, jaringan internet, serta aplikasi media sosial. Generasi Z dibesarkan dengan web sosial, membuat mereka berfokus pada digital serta teknologi sebagai personalitas mereka (Singh & Dangmei, 2016). Pendayagunaan telepon seluler generasi Z membedakan mereka dari generasi lainnya. Mengingat kemudahan akses internet menggunakan telepon seluler selama bergerak pada era digital ini, Gen Z menciptakan generasi yang bergantung atas internet. Internet menjadi benih utama informasi karena mudah diakses. Pergeseran generasi bisa lebih banyak mempengaruhi perilaku ketimbang perbedaan sosio-ekonomi, karena makin banyak orang yang terhubung di seluruh dunia. Anak-anak telah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap banyak orang dari seluruh usia serta pendapatan, dan bagaimana mereka mengonsumsi dan berinteraksi dengan orang lain [4].

Generasi Z terdiri dari orang-orang yang lahir kira-kira tahun 1995 dan 2010. Santrock (2018) sebagian di antara mereka memasuki fase perkembangan remaja atau dewasa muda. Dengan lingkungan digital yang berkembang pesat, Generasi Z tumbuh setelah menjamahnya internet (Pichler, 2021). Generasi Z memasukkan smartphone ke dalam aktivitas sehari-hari mereka, menurut Roberts dkk. (2014). Oleh

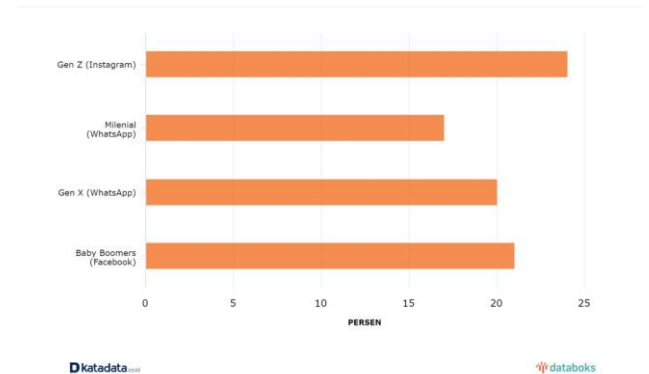
karena itu, anak-anak mengadopsi prinsip hidup dari beragam sumber sosialisasi (Berns, 2013). Namun, penelitian terbaru menunjukkan bahwa orang tua sangat penting dalam proses sosialisasi nilai [5].

Pada era modernisasi saat ini, Generasi Z mulai memperhatikan bagaimana mereka dipandang orang lain. Mereka kerap mengenakan busana, aksesoris, transportasi, lingkungan glamor, dan hal lain yang diduga dapat meningkatkan status sosial mereka. Generasi Z akan menggunakan keterampilan yang dianggap penting untuk menggapai kesuksesan tatkala ini dan di masa depan untuk melengkapi kepentingan fisik, mental, dan sosial mereka. Anggota Gen Z yang berhasil akan menjadi orang dewasa yang sehat secara fisik dan cendekiawan, sedangkan anggota Gen Z yang tidak berhasil akan mengalami problem psikososial [6].

Pada kehidupan sehari-hari, kegemaran, dan perilaku seseorang tercermin dalam aktivitas serta cara mereka menghabiskan waktu. Rasa ingin tahu merupakan komponen menarik yang mungkin mendorong seseorang untuk memandang lingkungan dan identitasnya. Apabila gaya hidup tidak menghambat seseorang untuk mencapai arah akademik serta kualitasnya, eksplorasi jati diri Gen Z dianggap lumrah. Generasi Z saat ini memprioritaskan gaya hidup mereka lebih dari hal lain. Mereka memprioritaskan kesenangan dan tidak peduli apa pun yang akan terjadi di kemudian hari selama menggapainya. Ini adalah gaya hidup hedonistik, atau gaya hidup yang mementingkan kepuasan, yang memiliki hubungan yang kuat pada dunia material. Faktanya, Generasi Z, generasi penerus bangsa, dipengaruhi oleh gaya hidup hedonistik modern, terutama pada kalangan pelajar. Ini karena pelajar, dibandingkan dengan generasi yang lebih tua, kian cenderung mengikuti mode saat ini [7].

Menurut survei GlobalWebIndex (GWI), setiap generasi memiliki media sosial yang paling populer. Generasi Z (16-23 tahun) dan generasi Y atau milenial (24-37 tahun) keduanya menggemari media sosial, Instagram menjadi aplikasi favorit generasi X (38-56 tahun). 17% dan 20% dari survei menyatakan bahwa WhatsApp adalah aplikasi favorit kedua generasi tersebut. Facebook sangat disukai oleh generasi baby boomer. Ini ditunjukkan oleh preferensi yang dipilih oleh 21% responden, yang

berasal dari kelompok usia 57 hingga 64 tahun. Pada kuartal keempat tahun 2020, GWI melakukan survei terhadap 180.852 pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun. Studi ini dilakukan di 47 negara di semua wilayah [8].



Gambar 1. Data Pengguna Internet

Sumber: GlobalWebIndex, 2021

(Basis 180.852 responden pengguna internet berusia 16-64 tahun)

Penelitian ini tujuannya mendapatkan jawaban pada pertanyaan penelitian, "Bagaimana penggunaan media sosial Instagram dapat mempengaruhi perubahan dalam gaya hidup Gen Z di Kota Tangerang" Penelitian memakai metode deskriptif kuantitatif dan Harzing Publish or Perish Data Analysis Software. Penelitian ini berkontribusi pada perkembangan ilmu khususnya ilmu komunikasi yang berkaitan dengan pengaruh media sosial Instagram dan perubahan dalam gaya hidup gen Z di Kota Tangerang.

Media Sosial Instagram

Dunia berkembang dengan terlampau cepat, dan semua aspeknya terus berkembang, terutama teknologi, informasi, dan komunikasi. Orang-orang sekarang tidak pun khawatir tentang adanya batas, jarak, ruang, dan waktu. Pemakaian internet yang terus meningkat menunjukkan kemajuan ini. Internet (Interconnected Networking) adalah hasil dari modernisasi dan kemajuan teknologi ciptaan manusia serta ilmu pengetahuan. Penggunaan internet di seluruh dunia semakin meningkat dengan cepat. Berdasarkan data We Are Social (Agustin Setyo Wardani:2021), pada tahun 2021 akan ada 4.66 miliar individu dalam semesta ini menggunakan internet, yang merupakan 59,5% dari populasi global. Rata-rata pemakaian internet setiap hari adalah 8 jam 52 menit [9]. Van Dijk mengungkapkan bahwa media sosial merupakan platform media yang berperan dalam presensi pemakai dan memungkinkan pengguna akan

berkolaborasi serta berpartisipasi. Karena, bisa diakui bagaikan media (fasilitator) online yang membantu pengguna membangun hubungan sosial dan membangun hubungan baru. Media sosial diilustrasikan Boyd seperti gabungan *software* yang menguatkan individu dan komunitas untuk berbaur, mengirimkan, berinteraksi, pada sebagian persoalan masalah, berkolaborasi atau berperan satu sama lain. Selain itu, kekuatan media sosial berasal dari konten yang dibuat oleh pengguna (UGC), yang berarti konten dibuat atas pemakai sendiri dari penyunting, sebagaimana yang dilakukan organisasi media massa (Rulli Nasrullah:2015) (Armayani *et al.* 2021).

Instagram adalah media sosial yang berbasis gambar yang menawarkan pengguna akses ke beragam jenis foto serta video yang tersedia secara online. Instagram berasal dari "insta" serta "gram", yang masing-masing berdasar pada istilah "instan", bermakna memiliki kemampuan untuk memperlihatkan gambar berbentuk instan, misalnya yang dilakukan kamera polaroid pada masa lalu, yang disebut "foto instan". Jadi, kata "insta" asal mulanya "instan", bermakna bahwa itu mempunyai kemampuan akan menyampaikan berita pada pengguna. Secara hal ini disebabkan oleh kemampuan Instagram untuk mengirimkan gambar, yang memungkinkan konten dikirim dengan acap. Instagram dibentuk Kevin Systrom, Mike, dan diterbitkan di tahun 2010. Di tahun pertama peluncurannya, banyaknya mengunduh mencapai 10 juta juga makin berkembang sampai kini. Instagram mempunyai banyak fitur yang membangun postingan kian menarik, yang membuatnya sangat bermanfaat untuk berbagi inspirasi serta meningkatkan kreatifitas [10].

Instagram ialah platform narsis paling populer karena memungkinkan pengguna memberi tahu followers mereka tentang aktivitas mereka. Banyak orang menyukai hidup mereka sendiri dan merasa kurang bila terdapat individu lainnya yang berkualitas bagi individu lainnya. Akibatnya, seseorang itu terpengaruh untuk menyatakan keinginan mereka dengan mengunggah foto diri mereka di sosial media [11]. Dalam kehidupan sehari-hari kita menyadari bahwa orang-orang di sekitar kita selalu menjalani gaya hidup dan melakukannya. Selain itu, gaya hidup mereka telah membentuk acuan oleh beberapa individu yang mengenalinya sebab kelihatan misalnya

gaya hidup yang mereka nikmati hanya akan mementingkan keinginan mereka tidak dengan memperhatikan kepentingan individu lainnya. Pelajar melihat lifestyle zaman terkini, atau masa depan (Nadjih *et al.*, 2021). Instagram, sebagai platform media sosial yang berfokus pada kegiatan, memiliki kemampuan untuk memengaruhi gaya hidup orang-orang dari berbagai bidang. Sampai saat ini, unggahan Instagram telah menjadi standar untuk bagaimana pengguna menampilkan gaya hidup mereka [12].

Gen Z

Mereka yang disebut generasi Z atau generasi influencer adalah orang-orang yang berasal dari era digital sebagaimana saat ini. Ini tidak dapat dipungkiri sebab mereka telah hidup bersama dengan kemajuan teknologi sejak hadir hingga saat ini, terutama pertumbuhan internet serta media sosial yang signifikan. Menurut Grayl Research (2011), ciri-ciri Generasi Z yakni generasi awal yang benar-benar berkembang dalam dunia digital. Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020, yang dirilis pada Januari lalu oleh Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan bahwa data demografi Indonesia telah mengalami sejumlah perubahan bagi angka sensus penduduk terakhir tahun 2010, yang dipublikasikan pada tahun sebelumnya. Menurut beberapa orang, Negara Indonesia telah mencapai Bonus Demografi. Uniknya, data sensus tahun 2020 menunjukkan bahwa Gen Z (27,94%), yang lahir sekitar tahun 1997 dan 2012, merupakan separuh dari populasi Indonesia [13].

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh bersama dengan kemajuan internet dan teknologi modern. Mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan mengakses berita. Gen Z sudah menghindari membaca media massa konvensional seperti membeli koran dan majalah karena semua tersedia di ponsel mereka (Justine Hum *et al.*, 2017). Gen Z adalah kelompok orang muda yang lahir antara tahun 1995 dan 2010 dan di bawah usia 25 tahun. Mereka juga disebut native digital atau melek internet. Gen Z ialah orang yang pragmatis, waspada, mengutamakan kebersamaan, berkomunikasi dengan gambar, realistis, dan menyadari satu sama lain. Selain itu, mereka sering menggunakan ponsel selama 9 jam setiap hari. Mereka mengharapkan peluang untuk membagikan umpan balik langsung berdasarkan apa yang diterima, cara pihak-pihak yang terlibat bekerja

sama secara aktif, cara yang modern dan menyenangkan untuk mengonsumsi informasi, dan kesadaran akan pentingnya informasi untuk setiap orang [14].

Sebuah generasi dapat dibagi sebagai generasi traditionalist yang lahir sebelum 1946; generasi baby boomer yang lahir dari 1946 hingga 1964; generasi X yang lahir dari 1965 hingga 1979; generasi milenial yang lahir dari 1980-1994; dan generasi Z yang lahir dari 1995 hingga 2012. Benar pengategorian ini subjektif, tetapi setidaknya membantu dalam mengidentifikasi Gen Z berdasarkan rentang waktu kelahirannya. Generasi Z memiliki fitur fisik dan digital. Setelah era 1995, generasi pertama dirilis. Saat itu terjadi, setiap elemen di dunia nyata memiliki bentuk yang sama di dunia maya. Dunia maya serta dunia nyata saling berhubungan dan silih bergantungan [15]. Seluruh perangkat terbelang telah terhubung ke internet, membuat mereka memiliki kemungkinan mempunyai komunitas online lain. Beragam kebutuhan informasi, bahkan kebutuhan hidup sehari-hari, seperti kebutuhan untuk berinteraksi sosial, hanya membutuhkan kuota, gawai, dan jari. Generasi Z secara otomatis mendominasi gaya jejaring sosial karena mereka lebih terbiasa dengan stimulus-stimulus visual karena mereka sering melihat layar ponsel mereka dan memandang aplikasi media sosial yang penuh dengan elemen visual. Ini juga mendorong mereka untuk berkomunikasi dan membangun konten visual sendiri [16].

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan terkait tema pengaruh media sosial instagram terhadap perubahan dalam gaya hidup gen Z seperti yang disajikan oleh (Jane Sabathani Putri, Rizaldy Andy Wijaya, and Vanessa Marcia Hitipeuw 2023) Menciptakan keberhasilan seseorang untuk tumpuan semangat mereka agar dapat menyambung hal-hal baik yang orang tersebut lakukan, mereka lebih suka menarik manfaatnya daripada menghabiskan waktu untuk mencibir mereka yang telah dapat kesuksesan [17]. Saya benar-benar mengagumi Gen Z karena mereka senantiasa memiliki kemampuan untuk menjadi bijaksana meskipun kenyataannya mereka hanyalah seorang remaja yang berupaya untuk mengetahui dan memperbaiki identitas mereka yang sebenarnya baik bersama dukungan orang tua, terlebih jika mereka sendiri tidak memilikinya. Mereka harus berusaha

mencari hal-hal yang baik dalam kehidupan mereka sehingga mereka mampu mencapai segala sesuatu yang mereka inginkan di masa depan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika digital yang positif bisa dipengaruhi oleh perilaku positif Generasi Z di media sosial [18]. Peneliti pun menemukan bahwa temuan penelitian menunjukkan bahwa era teknologi digital disertai oleh kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi, (Kusuma & Sugandi, 2018) Instagram sangat populer sebagai media sosial untuk berbagi foto serta informasi dan dibangun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di era teknologi digital (Arbi & Dewi, 2017). Sari & Basit (2020) menyatakan bahwa kehadiran media massa telah meningkat sehingga smartphone yang terhubung ke internet dapat digunakan selama mengakses konten dari media sosial. Instagram adalah salah satu aplikasi yang digunakan untuk mencari ataupun mengumpulkan data. Menurut Fathurahman (2018), semua wadah membutuhkan informasi. Instagram bisa digunakan sebagai akar informasi selain buku, karena memungkinkan pengguna menjadi lebih kreatif serta memperoleh informasi dari video dan foto yang diunggah (Utami & Zanah, 2021). Instagram juga menggambarkan aplikasi media sosial (Sasmita, 2020). Oleh karena itu, aplikasi Instagram banyak membantu pada penggalan data [19].

Penelitian yang dikerjakan oleh (Jane Sabathani Putri, Rizaldy Andy Wijaya, and Vanessa Marcia Hitipeuw 2023) Namun selain itu, mereka pun mengalami atau ikut merasakan pengaruh negatif dari penggunaan media sosial Instagram terhadap pembentukan kepribadian anggota Gen Z. Dimulai dari sifat yang gampang rendah diri, saat mereka menggunakan media sosial Instagram dan mendapatkan cibiran atau perilaku yang tidak menyenangkan, semacam komentar negatif, mereka jelas merasa rendah diri serta percaya bahwa segala sesuatu yang dikatakan netizen mengenai mereka adalah benar tentang mereka. Disebabkan fakta bahwa generasi Z tidak mampu menangani kejadian yang membuat mereka tertekan, semakin ramai orang yang mengalami persoalan kesehatan mental dan pada akibatnya perlu mendapatkan bantuan atau pengobatan dari profesional kesehatan mental maupun klinik psikiater [20]. Menurut Kazia Laturette, Luky Patricia Widianingsih, Lucky Subandi (2021) Generasi Z menganut dasar YOLO (You Only Live Once), yang berarti menikmati kehidupan saat ini tanpa

mempertimbangkan apa yang akan terjadi di masa depan. Salah satu contohnya adalah memutuskan Gen Z demi berlibur ketimbang menyisihkan uang untuk masa depan. Generasi ini menyukai perbelanjaan online dan berkomunikasi dengan semua kalangan, terutama melalui jaringan sosial seperti Facebook, Twitter, Line, WhatsApp, Telegram, TikTok, Instagram, serta Messenger, dan lain-lain. Namun, artis, influencer, dan tokoh masyarakat sering menggunakan media sosial untuk menunjukkan gaya hidup glamor dan publisitas karir mereka. Mereka juga secara tidak langsung membantu mempopulerkan produksi serta memberi tahu generasi Z tentang mode yang tengah viral. Ini akan secara langsung membangun tradisi gaya hidup Generasi Z, termasuk keperluan sekunder, primer, dan tersier, juga rasa gengsi yang tinggi jika mereka tidak menirukan gaya dan berbelanja sesuatu. Keinginan ini akan mengarah pada kepribadian konsumsi bila dapat dikendalikan, sebaliknya, apabila tidak dapat dikendalikan, akan mengarah pada sifat konsumtif [21].

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian pada penelitian ini terdiri 2 variabel. Yaitu variabel media digital (X) dan variabel keterikatan, perubahan gaya hidup gen Z (Y).

Dengan hipotesis sebagai berikut:

- Ha : Media Digital Instagram (X) sangat berpengaruh secara signifikan serta mempunyai dampak positif terhadap perubahan dalam gaya hidup gen Z (Y).
- H0 : Media Digital Instagram (X) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap perubahan dalam gaya hidup gen Z (Y).

Hipotesis ini dilihat dari penelitian terdahulu tentang pengaruh media sosial instagram terhadap perubahan dalam gaya hidup gen z tidak banyak dikaji oleh Jane Sabathani Putri, Rizaldy Andy Wijaya, and Vanessa Marcia Hitipeuw (2023), Digital (2023), dan Abdillah and Handoko Putro (2022). Sedangkan hasil penelitian tentang pengaruh media sosial instagram terhadap perubahan dalam gaya hidup gen z di Kota Tangerang yang dikaji oleh (Jane Sabathani Putri, Rizaldy Andy Wijaya, and Vanessa Marcia Hitipeuw 2023), Kazia Laturette, Luky Patricia Widianingsih, Lucky Subandi (2021), Akhmad & Prili (2018), dan Nadia Franciska Sukarno dan Endang Sri Indrawati

(2018) mendapatkan bahwa media digital instagram tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan dalam gaya hidup gen Z.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan penelitian deskriptif. Penulis mengambil metode kuantitatif sebab pendekatan kuantitatif mempunyai fungsi untuk menggambarkan dan lebih memahami makna hasil pada data yang muncul karena pendekatan kuantitatif ini memiliki fungsi untuk menggambarkan serta lebih memahami makna hasil dari data yang muncul (sugiyono, 2013). Metode penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mereka. Metode kuantitatif memiliki kemampuan untuk menduga, mengukur interaksi antara variabel, memanfaatkan teori yang pernah ada, dan menyederhanakan realitas masalah kompleks. Metode ini juga dianggap lebih objektif, spesifik, dan dapat menghasilkan hasil analisis yang akurat. Metode penelitian ini melibatkan survey serta penyebaran kuesioner kepada masyarakat pengguna instagram, bertujuan untuk mengetahui persepsi mereka. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, dengan mengambil populasi ataupun sampel tertentu. Data dikumpulkan melalui instrument penelitian, kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak kuesioner untuk menilai apakah media digital mempunyai pengaruh dalam perubahan dalam gaya hidup gen z di platform instagram.

Tahapan pelaksanaan pada penelitian ini yaitu penulis awalnya melakukan observasi dari lingkungan serta hal yang menarik pada tahun lalu. Setelah menganalisa observasi yang telah dilakukan, penulis mengangkat tema pengaruh media sosial instagram terhadap perubahan dalam gaya hidup gen z. Penulis menggunakan Penelitian ini memanfaatkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang disebar kepada responden. Responden tersebut ialah yang telah menggunakan aplikasi instagram. Kuesioner itu sendiri terdiri dari sejumlah pertanyaan terstruktur yang dirancang untuk mendapatkan tanggapan dari partisipan. Pendekatan pengumpulan data pada penelitian ini dibagi menjadi dua teknik yaitu, data primer dan data sekunder.

Data primer mencakup informasi yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian melalui pengisian kuesioner dan observasi. Sedangkan, data sekunder yakni data yang diperoleh dari berbagai sumber Pustaka misalnya buku, jurnal, tesis, disertasi, dan lain sebagainya, sesuai dengan referensi yang disebutkan oleh Sugiyono (2018). Penelitian ini memfokuskan pada dua variabel, yakni media digital yang berperan sebagai variabel independen (X) dan perubahan gaya hidup Gen Z (Y). Syarat dan pertimbangan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Laki-laki dan Perempuan
- 2) Usia 11-27 Tahun
- 3) Para Pengguna Aplikasi Instagram
- 4) Pernah terpengaruh oleh Media Digital Instagram yang dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup Gen Z

Populasi pada penelitian ini menggunakan data kunjungan Instagram sebanyak 116.016.000 orang. Dan jumlah sampel yang ditentukan berdasarkan hitungan menggunakan rumus Slovin sehingga dapat ditentukan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden. Dalam menganalisis penelitian ini, penulis menggunakan software SPSS versi 24 dengan data-data kuesioner yang dikumpulkan melalui Excel. Kemudian menggunakan tahapan yang terdiri dari (1) Uji Validitas dan Reliabilitas, (2) Uji Regresi, (3) Uji Korelasi dan (4) Uji t. SPSS merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk menganalisis data dan statistik, baik parametrik maupun non parametrik, dalam berbasis di sistem operasi Windows (Ghozali, 2016). Bungin (2013:101) mendefinisikan populasi pada studi ini merujuk di sekelompok individu yang menjadi subjek penelitian. Sedangkan, menurut Sugiyono (2017), sampel ialah sebagian kecil dari populasi yang mewakili karakteristik keseluruhan populasi.

Operasional Variabel

Operasional variabel yang digunakan berfokus pada dua aspek, yakni Media Digital (X) dan Gen Z (Y).

Variabel X: Media Digital

- 1) Tidak diragukan lagi, pemakaian Instagram dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Orang-orang tertentu menjadi kian inovatif dan menampilkan performa yang menarik, sementara

orang lain terus menampilkan barang-barang kepunyaannya, seakan-akan Instagram menjadi arena persaingan. Dalam gaya hidup remaja modern, kebenaran lebih banyak ditemukan dalam dunia maya daripada di dunia nyata. Ramai orang memposting foto atau video hanya untuk mendapatkan like dan komentar di media sosial (penelitian Nurul 2019).

- 2) Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer karena amat disukai bagi banyak kalangan muda, terutama remaja. Saat ini, aplikasi ini berada pada peringkat keempat dari semua penggunaan yang diunduh di Indonesia. (Badri & Yesicha, 2019).
- 3) Di era digital, Instagram memerankan platform media sosial yang paling umum diakses (Ramadhani and Hadi 2023) [22].
- 4) Aplikasi Instagram adalah media sosial yang paling banyak digunakan oleh golongan milenial saat ini. Aplikasi ini menawarkan berbagai macam informasi, termasuk fashion, informasi tentang selebriti, kegemaran, dan dakwah Islam (Nikita Nur Zulaecha, Hafidz, Biela Nanda Oktivibi Pertiwi 2022) [23].
- 5) Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer saat ini karena pertumbuhan internet. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai situs jejaring sosial, termasuk situs jejaring sosial utamanya. Instagram fokus atas kemampuan berkomunikasi melalui gambar ataupun [24].

Variabel Y: Gen Z

- 1) Gaya hidup adalah sesuatu yang terus-menerus ada serta dilakukan oleh orang-orang di sekitar kita pada kehidupan sehari-hari kita. Gaya hidup pun telah menjadi panutan bagi orang-orang yang mengenalnya sebab terlihat bagai gaya hidup yang mereka inginkan untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa mempertimbangkan orang lain. Sebagian mahasiswa yang melihat gaya hidup saat ini dan masa depan, yang lebih dikenal sebagai gaya hidup modern, pun merasakan gaya hidup yang menarik (Nadjih et al., 2021).
- 2) Kepribadian seseorang bisa menunjukkan gaya hidup mereka, seperti cara mereka mendapatkan dan menggunakan barang serta jasa, termasuk proses pengambilan keputusan. Pelanggan yang

memiliki daya beli tinggi dan memiliki banyak waktu luang dan uang mampu melakukan pembelian [25].

- 3) Menurut Moreno dkk (2017), generasi milenial diperkirakan akan menjadi generasi terbesar di Indonesia pada tahun 2020. Generasi Z, juga dikenal sebagai generasi digital native, merupakan generasi yang tumbuh di dunia yang serba digital. Segmentasi konsumen yang lebih digemari oleh para pemasar saat ini karena jumlah mereka yang cukup besar di seluruh dunia serta daya beli mereka yang tinggi (Viswanathan & Jain, 2013; Loro & Helgeson, 2013; Haydam et al., 2017). Putra (2017) menunjukkan pada penelitian mereka bahwa generasi Z mempunyai kecenderungan yang amat besar untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi.
- 4) Generasi Z memandang media sosial sebagai sebuah cerminan diri untuk eksis serta tidak ada keterasingan (Abdillah and Handoko Putro 2022).
- 5) Melihat dari kondisi Generasi Z yang mudah dalam beradaptasi dan menemukan segala perbedaan serta gampang dalam mengaplikasikan maupun ikut dalam gaya yang sedang berjalan di media sosial memberikan suatu peringatan akan kondisi serta solusi dalam meningkatkan kehati-hatian akan segala budaya dan kondisi informasi yang deras masuk ke dalam setiap media sosial pada berkehidupan di dunia digital [26].

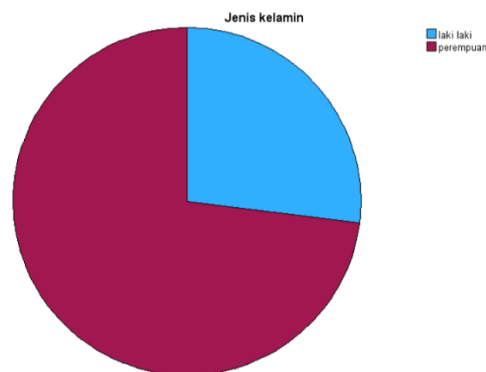
3. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Pengelompokan responden pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya tingkat proporsi responden jenis kelamin pria dan wanita, yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Responden Jenis Kelamin

	Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Laki-laki	27	27.0	27.0	27.0
Valid Perempuan	73	73.0	73.0	73.0
Total	100	100.0	100.0	



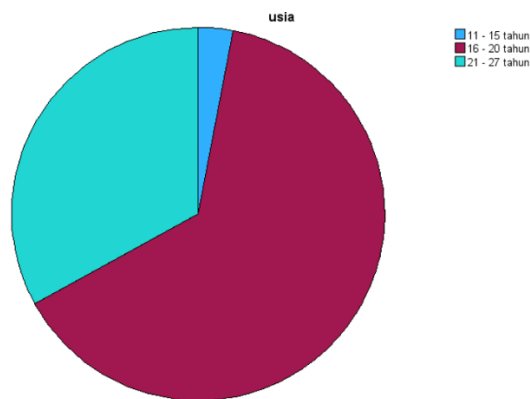
Gambar 2. Diagram Responden Jenis Kelamin

Sesuai tabel diatas yakni karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa tingkat proporsi responden menurut jenis kelamin, data berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang (27%) sedangkan perempuan berjumlah 73 orang (73%). Hal ini membuktikan bahwa yang pengaruh media digital instagram terhadap perubahan dalam gaya hidup gen Z, perempuan lebih banyak di banding laki-laki.

Karakteristik Responden Menurut Usia

Tabel 2. Responden Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
11-15 Tahun	3	3.0	3.0	3.0
16-20 Tahun	64	64.0	64.0	67.0
Valid 21 – 27 Tahun	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Gambar 3. Diagram Responden Usia

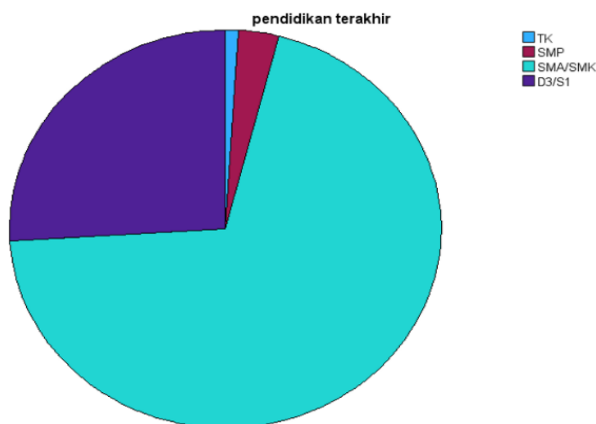
Tabel diatas merupakan deskripsi responden berdasarkan usia, dimana kelompok usia responden

yang terbesar pada penelitian ini merupakan responden yang berusia 11-15 tahun yaitu sebanyak 3 orang (3%) kemudian disusul responden yang berusia antara 16-20 tahun yakni sebanyak 64 orang (64%), adapun yang berusia 21- 27 tahun berjumlah 33 orang (33%). Hal ini membuktikan bahwa yang terpengaruh media digital instagram terhadap perubahan dalam gaya hidup gen Z di Kota Tangerang, usia 16 – 20 tahun lebih banyak di bandingkan usia 11- 15 tahun dan 21 – 27 tahun.

Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tabel 3. Responden Pendidikan Terakhir

	Freque ncy	Perce nt	Valid Perce nt	Cumula tive Percent
TK	1	1.0	1.0	1.0
SMP	3	3.0	3.0	3.0
SMA/SMK	70	70.0	70.0	74.0
D3/S1	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



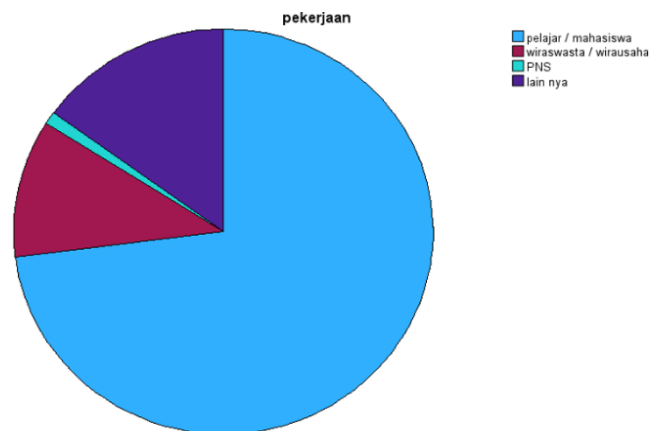
Gambar 4. Diagram Pendidikan Terakhir

Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan, data menunjukan responden dengan pendidikan terakhir TK terdapat 1 orang (1%), pendidikan terakhir SMP terdapat 3 orang (3%), pendidikan terakhir SMA/SMK terdapat 70 orang (70%), sedangkan untuk pendidikan terakhir D3/S1 berjumlah 26 orang (26%). Dari jumlah pendidikan terakhir diatas bisa di simpulkan bahwa rata-rata yang terpengaruh media digital instagram terhadap perubahan dalam gaya hidup gen Z di Kota Tangerang berpendidikan terakhir SMA/SMK.

Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Tabel 4. Responden Pekerjaan

	Freque ncy	Perce nt	Valid Perce nt	Cumula tive Percent
Pelajar/Mahasiswa	94	94.0	94.0	94.0
Wiraswasta/Wir usaha	2	2.0	2.0	96.0
Lainnya	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Gambar 5. Diagram Responden Pekerjaan

Tabel diatas menunjukkan bahwa distribusi frekuensi responden berdasarkan divisi pekerjaan pada penelitian ini yakni didominasi oleh responden yang masuk dalam kategori mahasiswa sebanyak 94 orang atau sebesar (94%), kategori pegawai wiraswasta / wirausaha sebanyak 2 orang (2%), dan kemudian kategori lainnya sebanyak 4 orang atau sebesar (4%). Dari jumlah pekerjaan diatas dapat di simpulkan bahwa rata-rata yang terpengaruh media digital instagram terhadap perubahan dalam gaya hidup gen Z di Kota Tangerang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah kuesioner disebarkan dan diisi oleh responden, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dan memberikan hasil yang akurat. Tabel 2 menampilkan hasil dari uji validitas, yang menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan dari variabel media digital dan perubahan gaya hidup Gen Z telah dinyatakan valid. Ini berarti bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut secara efektif

mengukur konstruk yang dimaksud. Selain uji validitas, uji reliabilitas juga penting dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten instrumen pengukuran tersebut dalam menghasilkan hasil yang serupa jika digunakan pada waktu yang berbeda. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari kedua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha yang melebihi standar yang diperlukan (0,60). Hal ini menegaskan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk mengumpulkan data yang valid dan konsisten dari responden. Pada tabel 2 menunjukkan hasil analisis yang diperoleh dari hasil uji validitas.

Tabel 5. Uji Validitas

No	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
Uji Validitas Variabel Media Digital			
1.	0,537	0,195	Valid
2.	0,588	0,195	Valid
3.	0,798	0,195	Valid
4.	0,705	0,195	Valid
5.	0,809	0,195	Valid
6.	0,782	0,195	Valid
7.	0,785	0,195	Valid
8.	0,715	0,195	Valid
9.	0,734	0,195	Valid
10.	0,836	0,195	Valid
11.	0,673	0,195	Valid
12.	0,625	0,195	Valid
13.	0,715	0,195	Valid
14.	0,712	0,195	Valid
15.	0,573	0,195	Valid
16.	0,588	0,195	Valid
Uji Validitas Variabel Perubahan Gaya Hidup Gen Z			
1.	0,550	0,195	Valid
2.	0,721	0,195	Valid
3.	0,841	0,195	Valid
4.	0,595	0,195	Valid
5.	0,768	0,195	Valid
6.	0,717	0,195	Valid
7.	0,760	0,195	Valid
8.	0,772	0,195	Valid
9.	0,846	0,195	Valid
10.	0,743	0,195	Valid
11.	0,741	0,195	Valid

Berdasarkan tabel 2 uji validitas variabel media digital dan perubahan gaya hidup gen Z dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan serta pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid. Keterangan valid dapat dilihat dari nilai r hitung pada variabel media digital dan variabel perubahan gaya hidup gen Z lebih besar dari nilai r tabel yang nilainya sebesar 0,195.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator dari variabel dikatakan handal atau reliable. Dikatan baik ataupun handal jika mempunyai cronbach's alpha $> 0,60$. Dalam tabel 3 menunjukkan hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel	Cronbach's Alpha	No. of Items
Media Digital	0.930	16
Perubahan Gaya Hidup Gen Z	0.911	11

Berdasarkan tabel 3 diketahui ada N of items (banyaknya item atau butir pernyataan kuesioner) ada 16 buat item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,930. Karena nilai Cronbach's Alpha $0,930 > 0,60$ maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa ke-16 maupun semua item pernyataan kuesioner untuk variabel X adalah reliable atau konsisten. Sedangkan output dari variable perubahan gaya hidup gen Z diketahui ada N of items (banyaknya item atau butir pernyataan kuesioner) ada 11 item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,911. Karena nilai Cronbach's Alpha $0,911 > 0,60$ maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas dapat disimpulkan banyak ke-11 pernyataan kuesioner untuk variabel Y adalah reliable atau konsisten. Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas terpenuhi, selanjutnya dilakukan uji persamaan regresi, uji korelasi, uji determinasi dan uji T untuk melihat pengaruh dari media digital terhadap perubahan gaya hidup gen z. Uji persamaan regresi dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah mempunyai hubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan ataupun penurunan, berikut hasil uji regresi pada penelitian ini.

Uji Regresi

Tabel 7. Uji Regresi

Model	Unstandarized B	Coefficients Std. Error	Standardized Beta	t	Sig.
1 (Constant)	22.137	3.850	-	5.751	< 0,001
Media Digital	0.351	0.060	0.509	5.848	< 0,001

a. Variabel Dependensi: Perubahan Gaya Hidup Gen Z

Diketahui nilai constant (a) sebesar 22.137 sedangkan nilai media digital (b) koefisien regresi sebesar 0,351, sehingga persamaan regresinya dapat dikatakan sebagai berikut $Y = 22.127 + 0,315 X$. Dari persamaan tersebut bisa disimpulkan bahwa setiap pembahasan satu kesatuan variabel media digital maka akan menaikkan tingkat perubahan gaya hidup gen Z. Dan nilai koefisien regresi X sebesar 0,351 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai media digital, maka perubahan gaya hidup gen Z bertambah sebesar 0,351. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X dan terhadap Y adalah positif. Selanjutnya dilakukan uji koefisien korelasi untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel media digital terhadap variabel perubahan gaya hidup gen Z.

Uji Korelasi

Tabel 8. Uji Korelasi Correlations

		Media Digital	Perubahan Gaya Hidup Gen Z
Media Digital	Pearson Correlation	1	0.509**
	Sig.(2-tailed)		< 0,001
	N		100
Perubahan Gaya Hidup Gen Z	Pearson Correlation	0.509**	1
	Sig.(2-tailed)	< 0,001	
	N	100	100

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas dengan data sebanyak 100 diketahui bahwa besarnya koefisien korelasi adalah 0,509 artinya hubungan korelasi antara pengaruh media digital terhadap perubahan dalam gaya hidup gen Z adalah kuat sebab berada pada interval 0,600-0,799. Hubungan kedua variabel adalah signifikan

karena terdapat signifikansi sebesar $0,001 > 0,05$ serta searah karena bernilai positif yang berarti apabila variabel X nilainya tinggi maka variabel Y pun akan tinggi. Selanjutnya dilakukan uji koefisien determinasi, dimana uji ini melihat seberapa besar pengaruh variabel media digital terhadap variabel perubahan gaya hidup gen Z.

Uji Determinasi

Tabel 9. Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.509	0.259	0.251	5.13115

a. Predictors (Constant), media digital.

Pada tabel diatas menjelaskan tentang besarnya nilai korelasi ataupun hubungan (R), untuk menentukan kategori pengaruh kedua variabel tersebut menggunakan klasifikasi di halaman berikut.

Klasifikasi nilai korelasi atau hubungan (R) yakni sebagai berikut:

- 1) Jika nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,00 - 0,25 = tidak ada hubungan atau hubungan lemah.
- 2) Jika nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,26 - 0,50 = hubungan sedang.
- 3) Jika nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,51 - 0,75 = hubungan kuat.
- 4) Jika nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,75 - 1,00 = hubungan sangat kuat atau sempurna.

Maka berdasarkan nilai pada korelasi atau hubungan diatas yakni sebesar 0,509 maka korelasi atau hubungan variable pada penelitian ini adalah sangat kuat atau sempurna serta output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,259 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variable bebas media digital terhadap variable terikat perubahan dalam gaya hidup gen Z adalah 25,9%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak penulis teliti.

Uji T

Uji T digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependent. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai t hitung dan nilai kritis sesuai dengan tingkat signifikan yaitu 0,05

- 1) Jika nilai thitung > ttabel maka H0 ditolak
- 2) Jika nilai thitung < ttabel maka H0 diterima

Pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana pada uji diatas, untuk menjawab hipotesis yaitu sebagai berikut:

- a) Berdasarkan nilai signifikansi: dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, sehinga dapat disimpulkan bahwa variabel media digital (X) berpengaruh terhadap variabel perubahan dalam gaya hidup gen Z (Y). Maka pada alpha 5% menolak hipotesis nol, yang media digital berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup gen Z.
- b) Berdasarkan nilai thitung berjumlah $5,848 > 1,666$ (dari daftar Ttabel) yang lebih besar dari ttabel. Sehingga hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel media digital (X) berpengaruh terhadap variabel perubahan gaya hidup gen Z (Y).

Dalam penelitian ini, indikator yang dianalisis terlibat media digital, yang terdiri dari 16 pertanyaan yang dibagikan kepada 100 responden. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Gen Z mempengaruhi baik secara individu maupun bersama-sama, dan perihal ini didukung oleh fakta bahwa jumlah pengguna media digital Instagram di antara Gen Z dapat mempengaruhi perubahan gaya hidup mereka. Penelitian ini telah mengajukan 11 pertanyaan kepada 100 orang yang menggunakan media digital Instagram dan pernah terpengaruh oleh gaya hidup Gen Z. Hasil analisis meresap penelitian ini memperlihatkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel Media Digital dengan Perubahan Gaya Hidup Gen Z. Kesimpulan ini didasarkan pada fakta bahwa nilai signifikan variabel Media Digital lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) dan nilai thitung $> T$ tabel ($5,848 > 1,666$). Dengan tingkat signifikan 0,1% atau tingkat kepercayaan 99,9%. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa media digital seperti Instagram mempunyai hubungan yang kuat dan signifikan pada Perubahan Gaya Hidup Gen Z.

Dalam nilai validitas pertanyaan variabel X terdapat nilai terendah dan tertinggi, dalam nilai validitas nilai terendah dalam pertanyaan “Saya mempunyai akun Instagram” sebesar 0,537 dan nilai validitas yang tertinggi dalam pertanyaan “Gen Z memiliki persepsi yang berbeda terhadap berbagai kehidupan, termasuk pendidikan dan pekerjaan” sebesar 0,846. Dengan

demikian, dapat menarik kesimpulan bahwa responden yang merupakan pengguna media digital, mempercayai rekomendasi yang dibagikan oleh Instagram dan merasa terpengaruh dengan gaya hidup Gen Z yang dilakukan oleh pengguna media digital.

Dalam nilai validitas pertanyaan variabel Y terdapat nilai terendah dan tertinggi. Dalam nilai terendah dalam pertanyaan “Saya salah satu dari generasi Z (kelahiran 1996-2012)” sebesar 0,550 dan nilai tertinggi dalam pertanyaan “Saya berinteraksi dengan teman dan pemilik akun lainnya melalui tagging/mention” sebesar 0,836. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yaitu para pengguna media digital tidak selalu memberikan perubahan dalam gaya hidup gen z di media digital. Dan tetapi para pengguna media digital memberikan ketertarikan terhadap gaya hidup yang ada di Instagram.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan mengungkapkan bahwa pengaruh media sosial Instagram Terhadap Perubahan Gaya Hidup Gen Z di Kota Tangerang adalah positif dan negatif. Semua variabel penelitian dikatakan saling mempengaruhi, sehingga dapat disimpulkan bahwa salah satu media digital, Instagram, mempunyai pengaruh yang negatif dan positif terhadap perubahan gaya hidup Gen Z di kota Tangerang. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z menggunakan Instagram sebagai cara untuk terlibat dan berinteraksi. Mereka berbagi pengalaman, ide, dan pendapat mereka melalui foto dan cerita. Proses ini membantu mereka memahami diri mereka sendiri dan dapat menuntun mereka selama membarui gaya hidup sebagai bagian dari ekspresi identitas mereka. Dan negatifnya dapat membuat mereka kecanduan dan memiliki perilaku konsumtif. Penelitian yang akan datang mempunyai kecakapan akan memecahkan beberapa batasan penelitian ini. Penelitian ini memiliki keterbatasan. Studi ini memiliki keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya akan memandang populasi pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Agustus 2022. Kedua, sampel yang digunakan untuk penelitian ini hanya terdiri dari 100 responden dan hanya menggunakan satu variabel independen, yaitu pengaruh. Akan tetapi, banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi perubahan gaya hidup Gen Z. Berdasarkan hasil di atas, penulis dapat mengusulkan

bahwa ada kaitan yang signifikan antara pendayagunaan Instagram dan perubahan gaya hidup Gen Z di Kota Tangerang. Oleh karena itu, peran yang lebih dominan dari Instagram selaku platform media online dapat mendorong perubahan gaya hidup yang lebih baik jika penggunaannya bisa menyesuaikan dan membatasi penggunaan instagram. Oleh karena itu, gaya hidup yang disarankan seseorang berbeda-beda dari kegiatan rutin yang dilakukan, cara berasumsi akan lingkungan sekitar, orang lain dan diri sendiri, cara menyelesaikan masalah, dan keperdulian terhadap situasi dan keadaan. Dengan begitu, Instagram diharapkan dapat mendukung meluaskan gaya hidup Gen Z.

5. Daftar Pustaka

- [1] Abdillah, F., & Putro, G. M. H. (2022). Digital ethics: The use of social media in Gen Z Glasses. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 158-171. DOI: <https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.13525>.
- [2] Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh media sosial instagram terhadap gaya hidup dan etika remaja. *Tematik*, 7(2), 130-139.
- [3] Alfaruqy, M. Z. (2022). Generasi Z dan nilai-nilai yang dipersepsikan dari orangtuanya. *PSYCHE: Jurnal Psikologi*, 4(1), 84-95. DOI: <https://doi.org/10.36269/psyche.v4i1.658>.
- [4] Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920-8928. DOI: <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i3.2400>.
- [5] Bado, B., Tahir, T., & Supatminingsih, T. (2023). Studi Social Climber Gen-Z dan Perilaku Ekonominya. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4(1), 503-526. DOI: <https://doi.org/10.26858/je3s.v4i1.396>.
- [6] Bowo, A. N. A., Paryanto, P., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 3(1), 21-32. DOI: <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3i1.2249>.
- [7] Wiranata, T. D., & Hasanudin, C. (2023, November). Pemanfaatan Aplikasi Instagram sebagai Sumber Informasi di Era Teknologi Digital. In *Seminar Nasional Daring Sinergi* (Vol. 1, No. 1, pp. 862-874).
- [8] Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199-208. DOI: <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- [9] Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh gaya hidup serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masa pandemi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 82-98. DOI: <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.71>.
- [10] Irwanto, I., & Hariatiningsih, L. R. (2019). Aktivitas Santap dan Minum Generasi Z pada Media Sosial Instagram. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 141-154.
- [11] Putri, J. S., Wijaya, R. A., & Hitipeuw, V. M. (2023). Peran Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Kepribadian Gen Z Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 187-195. DOI: <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i2.205>.
- [12] Kasmantoni, K., & Putra, P. P. (2023). Analisis perspektif kritis generasi z terhadap wacana pada media sosial. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 6(3), 681-696. DOI: <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.698>.
- [13] Zulaecha, N. N., Hafidz, H., Pertiwi, B. N. O., & Nashihin, H. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Dakwah Digital Dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial Di Instagram (Ustadz Hanan Attaki). *Attractive: Innovative Education Journal*, 5(2), 534-547. DOI: <http://dx.doi.org/10.51278/aj.v5i2.763>.

- [14] Pusparisa, Y. (2021). Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z. *Katadata. Co. Id.*
- [15] Rakanda, D. R., Rochayanti, C., & Arofah, K. (2020). Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan*, 24(1), 478-496. DOI: <https://doi.org/10.31315/paradigma.v24i1.5020>.
- [16] Ramadhani, C., & Hadi, S. P. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun@ nazlaalifa Terhadap Gaya Hidup Di SMA Negeri 9 Kota Tangerang Selatan. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 5(1), 38-56. DOI: <http://dx.doi.org/10.33376/is.v5i1.1947>.
- [17] Abbas Sissoko, O. A., & Prasetyawat, H. (2022). Kebutuhan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Perilaku Narsis Di Instagram. *Matriks: Jurnal Sosial Dan Sains*, 4(1). DOI: 10.36418/matriks.v4i1.128.