

**PENGARUH KONTEN *OOTD (Outfit Of The Day)* DI MEDIA
SOSIAL TIKTOK TERHADAP POLA GAYA HIDUP
MAHASISWI FAKULTAS DAKWAH ANGKATAN 2022**

SKRIPSI



Oleh:
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
NIM : 212103010040
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
JUNI 2025**

**PENGARUH KONTEN *OOTD (Outfit Of The Day)* DI MEDIA
SOSIAL TIKTOK TERHADAP POLA GAYA HIDUP
MAHASISWI FAKULTAS DAKWAH ANGKATAN 2022**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Nurul Mutmainnah

NIM: 212103010040

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

FAKULTAS DAKWAH

JUNI 2025

**PENGARUH KONTEN *OOTD (Outfit Of The Day)* DI MEDIA
SOSIAL TIKTOK TERHADAP POLA GAYA HIDUP
MAHASISWI FAKULTAS DAKWAH ANGKATAN 2022**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

Nurul Mutmainnah

NIM: 212103010040

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing



Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom.

NIP. 198110162023211011

**PENGARUH KONTEN *OOTD (Outfit Of The Day)* DI MEDIA
SOSIAL TIKTOK TERHADAP POLA GAYA HIDUP
MAHASISWI FAKULTAS DAKWAH ANGKATAN 2022**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Kamis
Tanggal : 05 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua


Dr. Minan Jauhari S.Sos., M.Si
NIP. 197808102009101004

Sekretaris


Ihyak Mustofa, M.Li.
NIP. 199403032022031004

Anggota:

1. Dr. Uun Yusufa., M.A ()
2. Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan S.E., M.I.Kom ()

J E M B E R

Menyetujui

Dekan Fakultas Dakwah


Dr. Fawaizul Umam, M. Ag
NIP. 197302272000031001



MOTTO

يٰٓبٰنِيٓ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰيْكُمْ لِيۡنَا سَآٓئُوۡا رِيۡ سَوَآ تِكُمْ وَّرِيۡسًا ۗ وَّلِيۡنَا سُنُّ التَّقْوٰى ۗ ذٰلِكَ خَيْرٌ ۗ ذٰلِكَ
مِّنۡ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوۡنَ

"Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat."¹

(QS. Al-A'raf 7: Ayat 26)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019 Juz 1-10*. (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an), 208.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbal 'alamin atas izin Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua terkasih, Bapak Juhari dan Ibu Siti Sholehah, yang cinta dan pengorbanannya tak terhingga telah menjadi sumber kekuatan dan semangat saya dalam menghadapi segala rintangan. Terima kasih atas segala dukungan, bimbingan, dan doa yang tak pernah putus. Kalian adalah inspirasi terbesar dalam hidup saya.
2. Kedua adikku tersayang, Muhammad Rifqi Al-Mahbub dan Cheryl Aliya Afkarina, kalian telah menghibur dan memberikan semangat yang tak ternilai selama perjalanan panjang ini. Senyum dan keceriaan kalian selalu menjadi penyemangatku.
3. Bapak Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas arahan, bimbingan, kesabaran dan keikhlasan Bapak selama proses penyelesaian skripsi ini. Ilmu dan pengalaman yang Bapak berikan sangat berarti bagi saya.
4. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Dakwah, yang telah memberikan ilmu dan membimbing saya selama perkuliahan.
5. Rasa terimakasih yang mendalam saya haturkan kepada seseorang, atas motivasi, bimbingan, dan dukunganmu yang luar biasa selama ini. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang baik, kakak yang selalu melindungi, pasangan yang setia, dan sekaligus guru bagiku. Semoga kau tetap menjadi

panutan yang menginspirasi, bukan hanya untukku, tetapi juga untuk keluarga kecil kita kelak.

6. Teman-teman seperjuangan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, terima kasih atas persahabatan, dan semangat yang telah kita bagi selama menempuh studi.

Semoga skripsi sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Nurul Mutmainnah, 2025: *Pengaruh Konten OOTD (Outfit Of The Day) Di Media Sosial Tiktok Terhadap Pola Gaya Hidup Mahasiswi Fakultas Dakwah Angkatan 2022.*

Kata Kunci: Konten *OOTD*, *TikTok*, Gaya Hidup, Mahasiswi, *Uses and Gratification*

Media sosial di era digital telah menjadi ruang interaktif yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal gaya berpakaian. Salah satu platform media sosial yang paling menonjol dalam hal ini adalah *TikTok*, yang kini tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga wadah ekspresi diri dan pembentukan identitas, khususnya di kalangan generasi muda seperti mahasiswi. Salah satu jenis konten yang populer di *TikTok* adalah konten *OOTD (Outfit Of The Day)*, yang menampilkan gaya berbusana sehari-hari. Konten ini berpotensi membentuk preferensi *fashion* dan memengaruhi pola gaya hidup, termasuk dalam hal konsumsi, penampilan, serta perubahan gaya.

Rumusan masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: Apakah konten *OOTD (Outfit Of The Day)* di media sosial *TikTok* berpengaruh terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten *OOTD (Outfit Of The Day)* di media sosial *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (konten *OOTD* di *TikTok*) terhadap variabel terikat (pola gaya hidup mahasiswi).

Penelitian ini sampai pada simpulan bahwa 1) terdapat pengaruh antara konten *OOTD* di *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022, dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,693 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,480 yang berarti 48% variasi gaya hidup mahasiswi dapat dijelaskan oleh konten *OOTD*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. 2) mahasiswi yang aktif mengakses konten *OOTD* cenderung menunjukkan peningkatan dalam menyesuaikan penampilan dengan tren, eksplorasi gaya berpakaian, dan konsumsi *fashion* sebagai bentuk ekspresi diri serta eksistensi digital.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

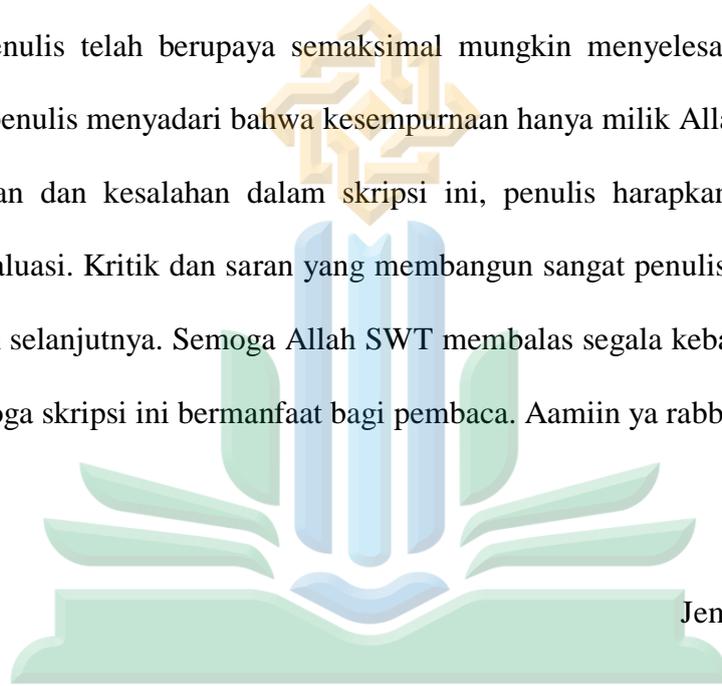
Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada kedua orang tua tercinta Ayah dan ibu yang tidak pernah meminta imbalan apa pun atas setiap lelah dan doa yang kalian titipkan dalam diam, untuk tangan yang tak selalu terlihat, tapi selalu bekerja agar bisa sampai di titik ini. Karya ini mungkin belum sempurna, tapi semoga bisa menjadi wujud kecil dari rasa terima kasih yang tak pernah cukup terucap. Penulis juga ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terimakasih khusus ditujukan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hefni Zain, S. Ag., M. M. selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Bapak Prof. Dr. Fawaizul Umam, M. Ag selaku dekan Fakultas Dakwah, beserta jajarannya yang telah memberi izin serta memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Ahmad Hayyan Najikh, M.I.Kom selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Bapak Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, saran, dan bimbingan agar

skripsi yang saya susun dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran di tengah-tengah kesibukannya.

5. Seluruh dosen Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmunya sehingga saya sampai pada titik mampu menyelesaikan pendidikan S1.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin menyelesaikan skripsi ini. Namun, penulis menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Segala kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini, penulis harapkan dapat menjadi bahan evaluasi. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan selanjutnya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan Bapak/Ibu. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Aamiin ya rabbal alamin.



Jember, 6 Mei 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Nurul Mutmainnah

NIM: 212103010040

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
F. Definisi Operasional.....	12
G. Asumsi Penelitian.....	14
H. Hipotesis.....	15
I. Sistematika Pembahasan	15

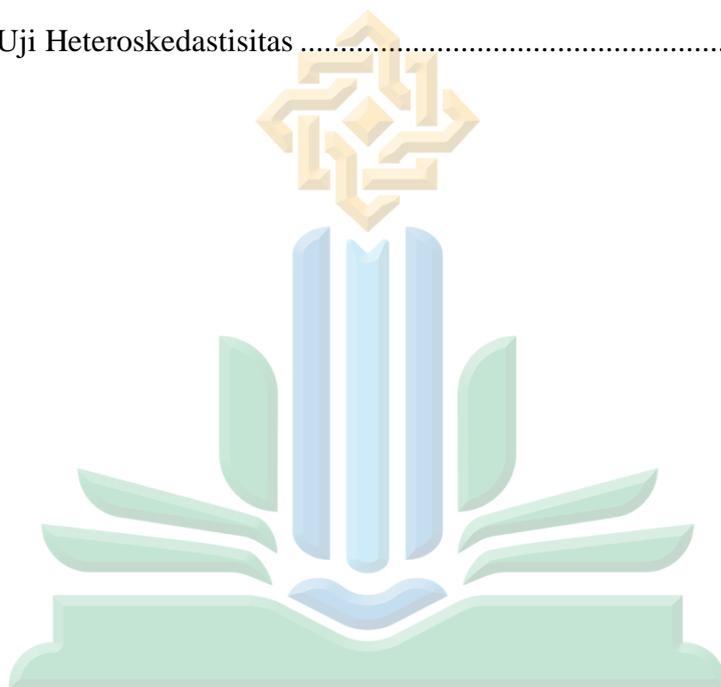
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
A. Penelitian Terdahulu	18
B. Kajian Teori.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Populasi dan Sampel	40
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	44
D. Analisis Data	49
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	56
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	56
B. Penyajian Data.....	58
C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis	66
D. Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	J E M B E R

DAFTAR TABEL

No. Uraian	Hal.
1.1 Variabel dan Indikator	12
2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	26
3.1 Data Mahasiswi Aktif Fakultas Dakwah Angkatan 2022	40
3.2 Jumlah Mahasiswi Aktif dan Sampel.....	44
3.3 Skala Likert	46
3.4 Bentuk <i>checklist</i>	46
3.5 Hasil Uji Validitas Konten Outfit Of The Day (X).....	47
3.6 Hasil Uji Validitas Pola Gaya Hidup (Y).....	47
3.7 Hasil Uji Reliabilitas	49
4.1 Presentase Responden Berdasarkan Program Studi.....	59
4.2 Presentase Responden Berdasarkan Umur	59
4.3 Tabulasi Data Variabel X.....	60
4.4 Tabulasi Data Variabel Y.....	61
4.5 Presentase Hasil Kuesioner Variabel X	63
4.6 Presentase Hasil Variabel Y	64
4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif	66
4.8 Hasil Uji One Sampel Kolmogorov Smirnov	68
4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
4.10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	71
4.11 Hasil Uji t.....	72
4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

No. Uraian	Hal.
1.1 Data media sosial di Indonesia.....	2
1.2 Data Pengguna <i>TikTok</i> di Dunia.....	3
4.1 Hasil Uji P-Plot	67
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 2 Matrik Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner

Lampiran 4 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

Lampiran 5 Gambar Konten *Outfit Of The Day (OOTD)* di *TikTok*

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel X

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Lampiran 9 Surat Keterangan Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital, media sosial telah berkembang menjadi sebuah platform yang mendukung interaksi dan ekspresi diri terutama dalam hal gaya berpakaian.² Media sosial bukan lagi sekedar tempat berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang untuk membentuk identitas, citra diri, dan bahkan pola konsumsi masyarakat. Salah satu platform yang sangat menonjol dalam konteks ini adalah *TikTok*. Tidak hanya populer sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi media yang berpengaruh dalam membentuk opini publik, preferensi, dan gaya hidup, khususnya di kalangan generasi muda seperti mahasiswa.

Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna *TikTok* terbesar di dunia, mencapai 127,5 juta (April 2024)³ dan meningkat menjadi 157,6 juta pengguna pada Juli 2024, mengalahkan Amerika Serikat sebagai pengguna terbesar secara global (Statista, 2024). Berdasarkan data dari Ginee Indonesia (2021), demografi pengguna *TikTok* di Indonesia menunjukkan bahwa, provinsi Jawa Timur menempati posisi kedua sebagai wilayah dengan jumlah pengguna *TikTok* terbanyak, dengan presentase 18% dari total pengguna di tanah air. Hal ini menunjukkan popularitas *TikTok* sebagai platform media

² Putri Indah Sari. "OOTD Sebagai Bentuk Komunikasi Visual dalam Membangun Self Branding di Era Digital" Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), Vol. 7 No.1 (Januari, 2025)

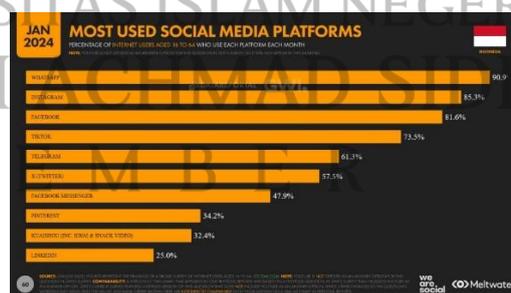
³ Data Indonesia ID (@dataindonesiaid) "8 negara dengan pengguna tiktok terbesar di dunia", 15 juli 2024 <https://www.instagram.com/p/C9cYtTkvbjk/?igsh=eG5zeXJpNzVqbTl1>

sosial di kalangan masyarakat Jawa Timur. Fenomena ini juga terlihat di kabupaten Jember, dimana tren penggunaan *TikTok* kemungkinan besar sejalan dengan pola yang ada di tingkat provinsi. Kelompok usia produktif, khususnya pelajar dan mahasiswa.

TikTok menduduki peringkat keempat sebagai media sosial yang paling banyak dikunjungi di Indonesia setelah WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Distribusi pengguna *TikTok* di Indonesia terdiri dari 51,3% wanita dan 46,50% pria.⁴ Sementara dari segi usia, kelompok usia 18-24 tahun mendominasi dengan presentase 29,8% usia 25-34 tahun 23,1% dan usia 13-17 tahun 22% kemudian usia 35 tahun keatas hanya mencapai presentase 12,5%.⁵ Fakta ini memperkuat posisi *TikTok* sebagai platform utama dalam membentuk tren di kalangan mahasiswa, termasuk dalam aspek gaya berpakaian.

Gambar 1.1

Data media sosial di Indonesia



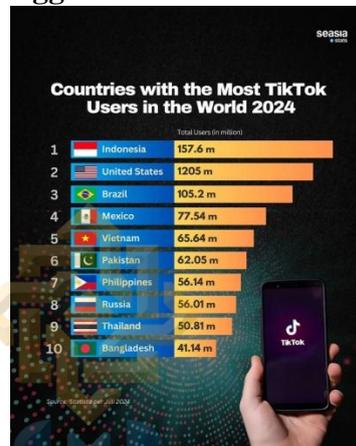
⁴ Andreas Daniel Panggabean. “Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024” Radio Republik Indonesia diakses pada 6 Februari 2025 <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>

⁵ Mansur Iqbal “Statistik Pendapatan dan Penggunaan Tiktok 2024” Business of Apps. diakses pada 23 Desember 2024 https://www-businessofapps-com.translate.goog/data/tik-tok-statistics/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=id&x_tr_hl=id&x_tr_pto=sge#:~:text=Apptopia%202C%20Data.ai-,Demografi%20Usia%20TikTok,antara%2020%20dan%2020%20tahun

Sumber: We Are Social Data Reportal.com “Data Digital Indonesia 2024”

Gambar 1.2

Data Pengguna *TikTok* Terbesar di Dunia



Sumber: Statista "Countries with the Most TikTok users in the word 2024"

Salah satu jenis konten yang populer di *TikTok* adalah *OOTD* (*Outfit Of The Day*). Konten *OOTD* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan konsep foto yang menampilkan busana atau pakaian yang dikenakan dalam keseharian maupun pada momen tertentu lalu dibagikan melalui media sosial. Oleh karena itu, konsep *OOTD* sendiri tergolong sederhana dan tidak terlalu berlebihan atau dibuat-buat.⁶ Popularitas konten *OOTD* dapat dilihat dari banyaknya unggahan dengan hashtag #OOTD telah digunakan lebih dari 36 juta postingan, dan #OOTDNGAMPUS digunakan sekitar 22 ribu postingan (diakses pada 4 Februari 2025). Konten-konten tersebut mencakup tutorial *fashion*, *mix and match outfit*, *fashion hacks*, hingga inspirasi berpakaian untuk acara tertentu.

⁶ Kerina Jefani, “Tren OOTD di Sosial Media: Representasi Gaya Hidup Konsumtif Generasi muda”, diakses pada 14 Desember 2024, <https://www.gentaandalas.com/2022/06/29/tren-ootd-di-sosial-media-representasi-gaya-hidup-konsumtif-generasi-muda/>

Fenomena *OOTD* (*Outfit Of The Day*) yang di tampilkan ini menyeluruh mulai dari wanita non-muslim sampai pada wanita muslimah. Namun dalam praktiknya, banyak tren yang berkembang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syari'at Islam dan etika berpakaian yang seharusnya dijunjung tinggi. Hal ini terlihat dari pilihan pakaian dan hijab yang dikenakan seperti mengenakan pakaian ketat, hijab yang tidak menutupi dada, dan memperlihatkan aurat yang seharusnya ditutupi. Tren ini menunjukkan adanya potensi pergeseran nilai dalam berbusana yang bisa memengaruhi mahasiswi termasuk dalam hal konsumsi *fashion*, dan pembentukan citra diri.

Fashion sebagai alat komunikasi non verbal memainkan peran penting dalam membentuk citra diri agar dapat diterima oleh orang lain. Melalui gaya berpakaian, seseorang dapat mengkomunikasikan nilai-nilai, keyakinan, dan identitasnya yang kemudian menjadi tolak ukur dalam menilai tampilan mereka.⁷ Dalam konteks mahasiswa, gaya berpakaian yang ditampilkan di media sosial, khususnya dalam bentuk konten *OOTD*, dapat mencerminkan atau bahkan memengaruhi gaya hidup mereka secara lebih luas, termasuk aspek konsumsi, kepercayaan diri, dan penyesuaian sosial. Gaya hidup dalam penelitian ini merujuk pada praktik kehidupan mahasiswi terutama dalam hal berpakaian dan berpenampilan yang secara tidak langsung hal itu dibentuk dan dipengaruhi oleh interaksi di media sosial seperti konten *OOTD* di *TikTok*, mulai dari pemilihan pakaian, aksesoris, gaya penampilan, dan bagaimana mereka mempresentasikan diri mereka

⁷ Dhimas Abdillah Syarafa. "*Fashion* Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu" *Jurnal Kaganga*, Vol.4 No. 2, (Agustus 2020)

kepada orang lain di dunia nyata dan dunia online.

Seiring dengan meningkatnya popularitas konten *OOTD* di media sosial, berbagai penelitian telah dilakukan untuk memahami dampak fenomena ini terhadap perilaku dan identitas mahasiswa. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Ainun Jariah Rahma (2024), hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara exposure pada konten *OOTD* tidak hanya memengaruhi pilihan fashion tetapi juga berdampak pada pembentukan citra diri dan perilaku konsumsi di kalangan generasi muda.⁸ Sementara itu, Adelia Regina, et.al (2022) menyatakan bahwa gaya hidup erat kaitannya dengan cara seseorang berpakaian, mendorong individu untuk mengikuti perubahan dalam tren *fashion* agar tetap selaras dengan perkembangan zaman.⁹ Dalam konteks ini, gaya hidup menuntut seseorang untuk terus mengikuti perkembangan *fashion*, yang pada akhirnya dapat memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih dan membeli produk sesuai dengan tren terbaru. Dari kedua penelitian di atas, menjelaskan bahwasanya konten *OOTD* di media sosial memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumsi dan pembentukan citra diri, yang pada akhirnya mempengaruhi pola gaya hidup. Namun, masih terdapat kesenjangan dalam penelitian tersebut, yaitu belum adanya pembahasan yang lebih mendalam

⁸ Ainun Jariah Rahma, "Exposure Konten Outfit Of The Day Terhadap Perilaku Imitasi Fashion Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Parepare" (Skripsi, IAIN Parepare, 2024).

⁹ Adelia Regina Damayanti, Linda Anjarsari, Namira Anjani, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar" Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial Vol.2 No.3 (November 2022) <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/329>

tentang bagaimana konten *OOTD* di media sosial *TikTok* secara spesifik mempengaruhi pola gaya hidup mahasiswi dalam aspek perubahan preferensi fashion yang disebabkan dari visualisasi konten *OOTD*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memahami pengaruh konten *OOTD* di media sosial *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi secara lebih spesifik.

Mahasiswa sebagai generasi muda menjadi salah satu kelompok yang rentan terhadap pengaruh konten media sosial.¹⁰ Melihat adanya fenomena ini, mahasiswi menjadi subjek yang menarik untuk diteliti karena mereka berada dalam fase perkembangan identitas dan sangat terhubung dengan media sosial. Komunikasi visual dalam konten *OOTD* memengaruhi cara pandang mereka terhadap kecantikan, gaya hidup ideal, serta standar sosial di dunia maya.¹¹ Mahasiswi kerap merasakan tekanan sosial untuk tampil sesuai dengan standar “ideal” yang ditetapkan oleh media sosial, yang pada akhirnya dapat mengurangi orisinalitas dan menggeser identitas mereka yang sebenarnya.

Mahasiswi Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dipilih sebagai subjek penelitian karena dominasi perempuan sebagai pengguna *TikTok* dan mereka berada dalam lingkungan akademik yang menekankan nilai-nilai keislaman, namun juga tidak terlepas dari paparan budaya populer digital seperti *TikTok*. Mahasiswi ini

¹⁰ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022

¹¹ Putri Indah Sari. “*OOTD* Sebagai Bentuk Komunikasi Visual dalam Membangun Self Branding di Era Digital” *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, Vol. 7 No.1 (Januari, 2025)

menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan prinsip-prinsip agama dengan tren fashion modern yang terus berubah. Mahasiswi Fakultas Dakwah menghadapi dialektika antara tuntutan tren fashion kontemporer dan internalisasi nilai-nilai agama. Meskipun terpapar perkembangan fashion melalui media sosial, mereka memiliki kesadaran yang tinggi terhadap prinsip syariat Islam dalam berpakaian seperti, menutup aurat, menjaga kesopanan dan mempertahankan identitas keislaman.

Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana mereka menyalurkan keinginan untuk mengikuti fashion terkini dengan komitmen terhadap ajaran agama, serta bagaimana identitas keagamaan mereka tetap terjaga di tengah gempuran tren modern. Dengan memfokuskan penelitian pada mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022 yang cenderung dikenal di lingkungan kampus sebagai angkatan yang paling aktif di media sosial, terutama *TikTok* dan Instagram. Banyak dari mereka telah menjadi tiktoker dan selebgram dengan ribuan pengikut, menunjukkan eksistensi digital yang kuat. Gaya berpakaian mereka juga sangat selaras dengan tren *fashion* yang sedang populer di *TikTok*, seperti penggunaan *outer oversize*, rok span belah, *style* hijab kekinian, serta pemilihan warna *earth tone*. Aktivitas ini meluas ke luar lingkungan kampus, termasuk saat menghadiri kegiatan sosial, bersantai, atau berlibur yang kemudian dibagikan melalui konten media sosial. Membatasi subjek pada satu angkatan membantu mengurangi variabilitas data yang memungkinkan analisis statistik yang lebih efektif.

Selain itu, fokus pada satu angkatan juga memungkinkan eksplorasi

lebih mengenai bagaimana mereka menyeimbangkan antara tuntutan fashion modern dan prinsip agama. Pemilihan angkatan 2022 juga didasarkan pada durasi interaksi yang cukup panjang dengan media sosial selama masa kuliah. Mereka telah menjalani lebih dari dua tahun masa perkuliahan yang memungkinkan terbentuknya pola gaya hidup yang stabil, baik dalam hal konsumsi fashion, aktivitas sosial, maupun ekspresi diri di media sosial. Tidak seperti mahasiswa baru yang masih dalam masa adaptasi, atau mahasiswa tingkat akhir yang fokus pada penyelesaian tugas akhir, angkatan ini berada pada fase yang aktif, ekspresif, dan konsisten dalam gaya hidup digital mereka.

Dengan mempertimbangkan konteks tersebut, penting untuk memahami bagaimana tren visual seperti konten *OOTD* tidak hanya membentuk preferensi berbusana, tetapi juga memengaruhi cara mahasiswa berinteraksi dengan media, menilai diri sendiri, dan menyesuaikan penampilan dalam kehidupan sosial mereka. Hadirnya konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) di media sosial, khususnya *TikTok*, sejatinya dapat menjadi ruang positif bagi generasi muda untuk membangun personal branding dan menyalurkan kreativitas dalam berbusana. Namun, pada kenyataannya, fenomena ini juga membawa sisi negatif yang tidak dapat diabaikan. Paparan terus-menerus terhadap standar visual yang dibentuk oleh media sosial dapat memicu pola gaya hidup konsumtif dan tekanan sosial, di mana individu merasa terdorong untuk selalu tampil sempurna sesuai ekspektasi digital. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa, khususnya mahasiswi, untuk

memahami bagaimana konten *OOTD* memengaruhi perspektif dan gaya hidup mereka, mulai dari frekuensi akses media sosial, inspirasi dalam memilih gaya berpakaian, interaksi digital, hingga kepuasan dan penyesuaian penampilan mereka di ruang sosial. Penelitian ini tidak hanya memosisikan *OOTD* sebagai fenomena budaya populer semata, tetapi juga sebagai media yang berperan dalam membentuk preferensi, identitas, dan pola gaya hidup generasi muda muslimah secara menyeluruh.

B. Rumusan Masalah

Apakah konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) di media sosial *TikTok* berpengaruh terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) di media sosial *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi dalam memecahkan masalah mengenai pengaruh media sosial dalam kehidupan sehari-hari terkhusus pada pola gaya hidup berpakaian. Serta dapat memperkaya wawasan keilmuan bidang komunikasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Memberikan pemahaman tentang pengaruh konten *OOTD* di media sosial terhadap gaya hidup mahasiswi, sehingga dapat lebih selektif dalam mengadopsi gaya hidup yang relevan dengan nilai-nilai keagamaan.

b. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menambah literatur mengenai dinamika gaya hidup mahasiswa dalam era digital, sehingga institusi dapat menyusun strategi untuk mendampingi mahasiswa agar tetap konsisten dengan nilai-nilai keilmuan dan keagamaan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Penelitian ini mengkaji dua variabel utama, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Berikut variabel yang digunakan dalam penelitian ini mencakup:

a. Variabel bebas (independen)

Variabel bebas adalah variabel yang memiliki pengaruh atau yang menjadi penyebab perubahan pada variabel terikat. Dalam penelitian ini, Variabel bebas yang dikaji adalah Konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) di media sosial *TikTok*.

b. Variabel terikat (dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang diperkirakan akan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang diidentifikasi sebagai variabel bebas. Oleh karena itu, variabel terikat dalam penelitian ini adalah pola gaya hidup.

2. Indikator

Indikator variabel merupakan tolak ukur empiris dari variabel yang digunakan sebagai pedoman untuk merumuskan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Indikator variabel dalam penelitian ini mencakup aspek-aspek yang dapat digunakan untuk mengukur dampak konten *OOTD* terhadap pola gaya hidup individu.

Tabel 1.1

Variabel dan indikator

Variabel	Indikator
Konten <i>OOTD</i> di media sosial <i>TikTok</i> (X)	1) Frekuensi akses
	2) Interaksi sosial
	3) Inspirasi gaya
	4) Pencarian tren
Pola Gaya Hidup (Y)	1) Kepuasan penampilan
	2) Penyesuaian penampilan
	3) Perubahan gaya
	4) Konsumsi <i>fashion</i>

F. Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk memberikan batasan makna yang jelas dan spesifik terhadap istilah-istilah kunci dalam judul dan rumusan masalah penelitian, berdasarkan indikator variabel yang telah ditetapkan. Adapun kata yang perlu didefinisikan ialah sebagai berikut:

1. Pengaruh Konten *OOTD (Outfit Of The Day)* di Media Sosial

Pengaruh adalah kegiatan yang menyebabkan perubahan atau dampak pada sesuatu atau seseorang, serta mencerminkan hubungan sebab-akibat antar variabel. Pengaruh konten *OOTD* di media sosial terhadap pola gaya hidup merupakan hubungan sebab-akibat yang mempengaruhi aspek konsumsi, perubahan gaya, kepuasan dan penyesuaian penampilan.

Konten *OOTD (Outfit Of The Day)* merupakan konsep video yang menunjukkan gaya berbusana seseorang untuk beraktivitas selama suatu hari, hal ini termasuk pakaian, aksesoris, riasan, dan estetika foto secara keseluruhan. Siapapun dapat membuat foto maupun merekam video *OOTD* asalkan memiliki konsep yang sesuai dengan tema yang ingin ditampilkan. Konten *OOTD* yang ditayangkan di media sosial memiliki beragam varian mulai dari tutorial *fashion*, *fashion hacks*, *mix and match outfit*, *lookbook* berdasarkan tema tertentu, sampai tips memilih *fashion* di acara tertentu dan masih banyak lagi varian konten *OOTD* lainnya.

Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi interaksi dan pertukaran konten baik berupa tulisan, foto maupun video antar pengguna, tanpa batasan ruang dan waktu.

Pengaruh konten *OOTD* di media sosial adalah sejauh mana konten menampilkan beragam pilihan dan gaya berpakaian yang dapat memengaruhi perubahan gaya, kepuasan penampilan, dan sikap pengguna terhadap mode terkini. Dalam penelitian ini, konten *OOTD* dapat diukur melalui indikator:

- a. Frekuensi akses, seberapa sering seseorang mengakses suatu media untuk menonton dan berinteraksi dengan konten *OOTD* di *TikTok* dalam jangka waktu tertentu.
- b. Interaksi sosial, proses komunikasi dua arah antara pengguna dan konten *OOTD* di *TikTok*, meliputi komentar, like, share dan interaksi lainnya.
- c. Inspirasi gaya, proses pemahaman dan penerimaan ide atau gaya berpakaian dari konten *OOTD* di *TikTok* yang mempengaruhi perilaku dan keputusan berpakaian pengguna.
- d. Pencarian tren, sejauh mana mahasiswa menggunakan konten *OOTD* di *TikTok* untuk mengetahui tren fashion terkini.

2. *TikTok*

TikTok merupakan platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia, *TikTok* memfasilitasi penggunanya untuk membuat dan mendistribusikan sebuah video pendek. Di platform *tiktok* banyak konten-konten yang dibuat oleh para *content kreator* dengan tema yang bermacam-macam salah satunya konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*).

3. Pola Gaya Hidup

Pola gaya hidup mencerminkan perilaku seseorang dalam hal preferensi fashion, konsumsi, serta pilihan mode dan aktivitas sehari-hari. Gaya hidup ini mencakup kebiasaan dan preferensi seseorang yang dipengaruhi oleh paparan konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) di media sosial, yang meliputi:

- a. Kepuasan penampilan, tingkat kepuasan mahasiswa terhadap penampilan dan gaya berpakaian mereka.
- b. Penyesuaian penampilan, sejauh mana mahasiswa menyesuaikan penampilan mereka dengan tren yang ditampilkan dalam konten *OOTD*.
- c. Perubahan gaya, merujuk pada perubahan pandangan seseorang tentang gaya hidup yang disebabkan dari paparan media seperti, kecenderungan meniru atau mengikuti gaya *fashion* dari konten *OOTD*
- d. Konsumsi *fashion*, adalah tingkat minat untuk membeli pakaian atau aksesoris yang terinspirasi dari konten *OOTD* secara terus menerus.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan anggapan dasar yang dipercaya kebenarannya oleh peneliti dan berperan dalam membangun kerangka berpikir penelitian, memperjelas variabel penelitian, dan menjadi landasan perumusan hipotesis.¹² Asumsi penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang sering terpapar konten *OOTD* di media sosial cenderung memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap tren mode dan gaya terkini.
2. Konten *OOTD* yang dikonsumsi secara terus menerus dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian berlebihan terhadap pakaian dan aksesoris.

¹² “Pedoman penulisan Karya Ilmiah UIN KHAS Jember” (2021) 41.

H. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang berfungsi sebagai jawaban awal terhadap rumusan masalah penelitian, karena masih didasarkan pada teori yang relevan dan belum diuji secara empiris, belum didasarkan pada realita empiris yang didapatkan dari pengumpulan data.¹³ Tujuannya ialah untuk mempertanyakan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

1. H₀ : Tidak terdapat pengaruh antara konten *OOTD (Outfit Of The Day)* di media sosial *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022.
2. H₁ : Terdapat pengaruh antara konten *OOTD (Outfit Of The Day)* di media sosial *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022.

I. Sistematika Pembahasan

Bab I: Bagian pendahuluan mencakup sembilan aspek utama, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (baik teoritis maupun praktis), ruang lingkup, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, serta sistematika pembahasan, Setiap bagian saling berhubungan dan mendukung untuk menjelaskan secara menyeluruh landasan penelitian.

Bab II: Kajian pustaka, menyajikan tinjauan pustaka yang relevan dengan penelitian tentang pengaruh konten *OOTD* di *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi. Tinjauan dimulai dengan memaparkan tujuh jurnal dan tiga

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 64.

skripsi yang telah meneliti topik serupa atau yang berhubungan, mengidentifikasi tren penelitian dan kerangka teoritis yang relevan. Kemudian, dibahas teori Uses and Gratifications sebagai landasan teoretis, menjelaskan bagaimana teori ini dapat menjelaskan hubungan antara paparan konten *OOTD* di *TikTok* (variabel X) dan perubahan pola gaya hidup mahasiswi (variabel Y). Hubungan antara teori dan kedua variabel tersebut dijelaskan secara detail, mengkaji implikasi teori terhadap hasil yang diharapkan dari penelitian ini.

Bab III: Metode penelitian menguraikan secara sistematis kerangka metodologis yang mendasari penelitian ini. Bab ini terbagi menjadi empat bagian: (1) penjelasan mengenai pendekatan dan jenis penelitian yang dipilih; (2) deskripsi populasi, sampel; (3) uraian mengenai teknik dan instrumen pengumpulan data; dan (4) penjelasan mengenai teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data dan menjawab rumusan masalah penelitian.

Bab IV: Penyajian data dan hasil analisis, deskripsi objek penelitian diawali dengan gambaran umum responden berdasarkan program studi dan usia. Selanjutnya, disajikan data variabel X (konten *OOTD*) dan variabel Y (pola gaya hidup mahasiswi) dalam bentuk tabulasi data. Analisis data meliputi deskripsi statistik, pengujian asumsi klasik (normalitas uji Kolmogorov-Smirnov dan P-P Plot, multikolinearitas; nilai tolerance dan VIF; heteroskedastisitas; scatterplot), serta uji regresi linier sederhana. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan data layak untuk analisis. Uji hipotesis meliputi uji t dan koefisien determinasi (R^2)

Bab V: Berisi kesimpulan penelitian berdasarkan temuan pada bab sebelumnya dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya atau pengembangan kebijakan terkait.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu ini bertujuan untuk menunjukkan orisinalitas dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, sehingga dapat menghindari duplokasi dan menyediakan kerangka perbandingan yang jelas. Berikut uraian penelitian terdahulu yang relevan:

1. Skripsi berjudul “Exposure Konten *Outfit Of The Day* Terhadap Perilaku Imitasi Fashion Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Parepare” yang ditulis oleh Ainun Jariah Rahma tahun 2024.¹⁴ menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif serta analisis statistik. Penelitian ini menerapkan teori jarum hipodermik dan teori imitasi sebagai landasan teoritis. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara paparan konten *Outfit Of The Day (OOTD)* terhadap perilaku imitasi fashion pada mahasiswa. Penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian penulis, terutama pada objek penelitian sama-sama berupa konten *OOTD* dan penggunaan metode kuantitatif. Perbedaannya terletak pada fokus dan subjek penelitian; skripsi Ainun Jariah Rahma menitikberatkan pada perilaku imitasi gaya hidup mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Parepare terhadap konten *OOTD*, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pola

¹⁴ Ainun Jariah Rahma, “Exposure Konten *Outfit Of The Day* Terhadap Perilaku Imitasi Fashion Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Parepare” (Skripsi, IAIN Parepare, 2024).

gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022 UIN KHAS Jember.

2. Jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar” oleh Adelia Regina Damayanti tahun 2022.¹⁵ menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan landasan teori *uses and effect* serta teori pembelajaran sosial. Hasil penelitian mengungkap adanya pengaruh media sosial *TikTok* terhadap gaya hidup berpakaian remaja. Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada pembahasan mengenai gaya hidup. Namun, perbedaannya terdapat pada subjek penelitian, di mana jurnal ini meneliti remaja Ilkom Untidar, sedangkan penelitian penulis berfokus pada mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022 UIN KHAS Jember. Selain itu, perbedaan lain juga terdapat pada teori yang digunakan, di mana penulis jurnal ini menggunakan teori *uses and effect*, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori *uses and gratification*.
3. Jurnal berjudul “Pengaruh Terpaan Konten Video #OOTD Di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau” yang ditulis oleh Pramudia Nugroho dan Romyeni tahun 2023.¹⁶ Jurnal ini menggunakan metode penelitian kuantitatif eksplanatif serta menerapkan teori stimulus respon, penelitian ini

¹⁵ Adelia Regina Damayanti, Linda Anjarsari, Namira Anjani, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar” Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial Vol.2 No.3 (November 2022) <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/329>

¹⁶ Pramudia Nugroho, Romyeni, “Pengaruh Terpaan Konten Video #OOTD Di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau”, Jurnal Communications Vol.6,no.1(Juli 2023). <https://doi.org/10.21009/communications.6.1.3>.

mengungkap bahwa konten video *OOTD* di *TikTok* berkontribusi secara signifikan terhadap meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Kesamaan dengan penelitian penulis terletak pada objek studi, yaitu konten *OOTD* di *TikTok*. Namun, perbedaannya terdapat pada fokus penelitian, dimana jurnal ini menyoroiti perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengaruh konten *OOTD* terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022 UIN KHAS Jember.

4. Skripsi berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Siswa Di Masa Pandemi Covid-19” yang ditulis oleh Tsaqif Al Adzin Imanulloh pada tahun 2023.¹⁷ menggunakan metode kuantitatif dan menemukan bahwa penggunaan media sosial *TikTok* memberikan pengaruh sebesar 44% terhadap gaya hidup konsumtif pada anak, sementara 56% sisanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti keluarga, saudara, dan guru. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam hal objek penelitian yang sama-sama berfokus pada media sosial *TikTok* dan penggunaan metode kuantitatif. Namun, perbedaan terletak pada fokus penelitian yang kali ini menitikberatkan pada konten *OOTD*, selain itu teori yang digunakan peneliti adalah teori *Uses and Gratification*. Berbeda dengan penelitian sebelumnya menggunakan teori stimulus respon.

¹⁷ Tsaqif Al Adzin Imanulloh. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Siswa Di Masa Pandemi Covid-19”. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023).

5. Jurnal berjudul “Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa STABN Raden Wijaya Wonogiri (Studi Kasus Mahasiswa STABN Raden Wijaya Wonogiri Angkatan 2019)” yang ditulis oleh Devi Metta Rosanti, Situ Asih dan Sudarto tahun 2023.¹⁸ metode yang digunakan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang aktif di media sosial *TikTok* cenderung mengikuti dan meniru apa yang mereka lihat dan dengar, sehingga hal tersebut sangat memengaruhi perubahan perilaku dan gaya hidup, seperti gaya berpakaian, gaya hidup konsumtif, serta kecenderungan menghabiskan banyak waktu untuk menggunakan sosial media. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dari segi fokus pada gaya hidup dan objek penelitian yang berkaitan dengan dampak aplikasi *TikTok*. Namun, memiliki fokus yang berbeda, penelitian ini menitikberatkan kepada konten *OOTD* dan menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan jenis penelitian survei, sedangkan penelitian sebelumnya memakai metode kualitatif deskriptif..
6. Jurnal berjudul “Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja” oleh Shazrin Daniyah Khansa tahun 2022.¹⁹ menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan menemukan adanya dampak *TikTok* terhadap gaya hidup remaja karena kemudahan akses

¹⁸ Devi Metta Rosanti,dkk. “Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa STABN Raden Wijaya Wonogiri (Studi Kasus Mahasiswa STABN Raden Wijaya Wonogiri Angkatan 2019)” Jawa Tengah, 2023.

¹⁹ Shazrin Daniyah Khansa, Kinkin Yuliaty. “Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja” Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.5 No.1 (Januari 2022) <http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index>

terhadap informasi dan hiburan yang disediakan oleh aplikasi tersebut. Persamaan dengan penelitian sebelumnya dalam hal metode serta penggunaan teori *Uses and Gratification*. Perbedaannya terletak pada subjek dan fokus penelitian, di mana penelitian ini menitikberatkan pada konten *OOTD (Outfit Of The Day)* di *TikTok*, sementara penelitian sebelumnya lebih memfokuskan pada penggunaan aplikasi *TikTok* secara umum.

7. Jurnal berjudul “Fomo Dan Trend Fashion Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Spill Outfit Racun Shopee Haul)” oleh Nabila Iria Azqa dan Devi Purnama Sari pada tahun 2024.²⁰ menggunakan metode penelitian kualitatif fenomenologi dengan teori perilaku terencana. Hasil penelitian mengungkap bahwa mahasiswa mengikuti tren spill outfit racun Shopee haul sebagai bagian dari perilaku yang telah mereka rencanakan sebelumnya. Perubahan lanskap fashion membuat mahasiswa mengalami *fear of missing out (FOMO)*, sehingga mereka terus mengikuti tren tersebut tanpa sadar mengubah gaya hidupnya dengan membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan, hanya karena tidak ingin ketinggalan tren yang sedang populer. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian terdahulu di bagian objek penelitian yaitu gaya hidup. Namun yang membedakan penelitian ini terletak pada metode penelitian, subjek penelitian pada mahasiswa kota semarang sedangkan subjek penelitian ini adalah

²⁰ Nabila Iria Azqa, Devi Purnama Sari. “Fomo Dan Trend Fashion Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Spill Outfit Racun Shopee Haul)” *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.7 No.1 (Februari 2024)

mahasiwi fakultas dakwah angkatan 2022 selain itu, penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*, berbeda dari teori yang diterapkan dalam penelitian sebelumnya.

8. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Tiktok Spill Outfit Terhadap Gaya Hidup Generasi Z” oleh Juliananda Rezita Zahra 2024.²¹

Menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian mengungkap bahwa konten *TikTok* spill outfit dan komunikasi massa dalam video *TikTok* memiliki pengaruh terhadap gaya hidup khususnya dalam aspek gaya berpakaian, mahasiswa ilmu komunikasi dari generasi Z yang masuk pada tahun 2020 di Universitas Gunadarma. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu media penelitian (*TikTok*). Perbedaan utama dalam penelitian ini terletak pada subjek yang dikaji, yaitu mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022 di UIN KHAS Jember, sementara penelitian sebelumnya meneliti mahasiswa ilmu komunikasi generasi Z dari angkatan 2020 di Universitas Gunadarma. Selain itu, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications*, sedangkan studi terdahulu mengandalkan teori ketergantungan media sebagai pendekatan analisisnya.

9. Jurnal yang berjudul “Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup Dan Pola Pikir Masyarakat Di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas” yang ditulis oleh Siti Cholilah dan Mailin pada tahun

²¹ Juliananda Rezita Zahra. “Pengaruh Konten Tiktok Spill Outfit Terhadap Gaya Hidup Generasi Z” (Skripsi, Universitas Gunadarma, 2024).

2023.²² Hasil penelitian menunjukkan bahwa mereka cenderung mengadopsi gaya hidup yang sehat dan modis dengan mengikuti tren terkini serta memanfaatkan penghasilan mereka dengan mengelolanya sebagai sumber bisnis. Pengaruh ini berdampak pada pola pikir masyarakat yang memiliki sisi positif dan negatif. Dampak baiknya adalah masyarakat menjadi lebih kritis dalam menyaring informasi, lebih terbuka terhadap berbagai sudut pandang, dan mendapatkan wawasan tambahan melalui video edukasi. Sementara itu, dampak buruknya berupa kecenderungan masyarakat untuk membandingkan keberhasilan orang lain dan menetapkan standar kebahagiaan berdasarkan perbandingan tersebut. Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya dapat ditemukan pada objek yang dikaji, yaitu pengaruh *TikTok* terhadap gaya hidup. Namun, perbedaan terletak pada metode penelitian yang diterapkan penelitian terdahulu memakai metode deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian ini menerapkan metode kuantitatif asosiatif. Selain itu, subjek penelitian yang diteliti juga berbeda, di mana penelitian ini fokus pada mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022, sedangkan penelitian sebelumnya melibatkan masyarakat di Silau Bayu, Gunung Maligas.

10. Jurnal yang berjudul “Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja

²² Siti Cholilah Sinaga, Mailin. “Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup Dan Pola Pikir Masyarakat Di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas”

Perempuan” yang ditulis oleh Risky Azizah dkk pada tahun 2023.²³ Hasil penelitian menunjukkan bahwa Trend Glow Up di aplikasi *TikTok* dapat mempengaruhi perilaku dan pola pikir remaja perempuan, terutama dalam hal penampilan dan kecantikan. Hal ini dapat menimbulkan rasa insecure dan tidak percaya diri, serta memicu pembullying terhadap remaja yang tidak memenuhi kriteria cantik menurut trend tersebut. Dampak buruk dari trend ini dapat berupa trauma dan kerugian mental bagi remaja yang terkena dampaknya. Persamaannya terletak pada objek yang diteliti sama-sama meneliti dampak *TikTok* terhadap gaya hidup. Namun, perbedaannya ialah metode penelitian yang digunakan, penelitian sebelumnya memakai metode kualitatif studi dokumen atau teks, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Selain itu, subjek penelitian juga berbeda, subjek penelitian ini adalah mahasiswi fakultas dakwah angkatan 2022 sedangkan subjek pada penelitian sebelumnya adalah remaja perempuan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

²³ Risky Azizah, Revina Sinta Ananda, Andhita Risiko Faristiana. “Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan” Student Scientific Creativity Journal (SSCJ) Vol.1 No.4 (Juli 2023) <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i4.1681>

Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

no	Nama peneliti dan judul penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas penelitian
1.	Skripsi dengan judul “Exposure Konten Outfit Of The Day Terhadap Perilaku Imitasi Fashion Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Parepare” oleh Ainun Jariah Rahma tahun 2024.	Penelitian ini sama-sama membahas konten <i>OOTD</i> (<i>Outfit Of The Day</i>), metode yang digunakan kuantitatif.	- Fokus penelitian -Subjek penelitian	Penelitian terdahulu lebih berfokus pada perilaku imitasi <i>fashion</i> mahasiswa.
2.	Jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar” oleh Adelia Regina Damayanti tahun 2022.	Memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu terkait dengan gaya hidup.	-Subjek penelitian -Objek penelitian -Teori yang digunakan.	Penelitian terdahulu lebih berfokus secara umum pada penggunaan media sosial <i>TikTok</i> terhadap gaya hidup berpakaian.
3.	Jurnal dengan judul “Pengaruh Terpaan Konten Video #OOTD Di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan	Objek penelitian: konten <i>OOTD Tiktok</i> .	-Fokus pada perilaku konsumtif sedangkan penelitian peneliti fokus pada pola gaya hidup.	Penelitian terdahulu lebih berfokus pada perilaku konsumtif dari terpaan konten video <i>OOTD</i> .

	Bisnis Universitas Riau” oleh Pramudia Nugroho dan Rummyeni tahun 2023.			
4.	Skripsi “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Siswa Di Masa Pandemi Covid-19” oleh Tsaqif Al Adzin Imanulloh pada tahun 2023.	-Media penelitian (media sosial <i>TikTok</i>) -Metode penelitian (kuantitatif)	-Objek penelitian –Teori yang digunakan	Penelitian sebelumnya menyoroti bagaimana penggunaan <i>TikTok</i> berpengaruh terhadap pola konsumsi siswa selama masa pandemi, dengan fokus pada perubahan gaya hidup.
5.	Jurnal dengan judul “Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa STABN Raden Wijaya Wonogiri (Studi Kasus Mahasiswa STABN Raden Wijaya Wonogiri Angkatan 2019)” oleh Devi Metta Rosanti, Situ Asih dan Sudarto tahun 2023.	-Fokus penelitian (gaya hidup) -Tema penelitian (dampak aplikasi <i>TikTok</i>).	-Objek penelitian -Metode penelitian	Penelitian terdahulu lebih berfokus pada dampak <i>TikTok</i> terhadap gaya hidup mahasiswa STABN Raden Wijaya Wonogiri Angkatan 2019.
6.	Jurnal dengan judul “Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja” oleh	-Metode penelitian -Teori yang digunakan.	-Subjek penelitian -Fokus penelitian.	Penelitian terdahulu fokus pada media sosial <i>TikTok</i> secara umum

	Shazrin Daniyah Khansa tahun 2022.			sedangkan peneliti sekarang fokus pada konten <i>OOTD</i> di <i>TikTok</i> .
7.	Jurnal yang berjudul “Fomo Dan Trend Fashion Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Spill Outfit Racun Shopee Haul)” oleh Nabila Iria Azqa dan Devi Purnama Sari pada tahun 2024.	-Fokus penelitian (gaya hidup).	-Metode penelitian -Subjek penelitian	Penelitian terdahulu lebih fokus pada fomo dan trend fashion, studi pada konten spill outfit racun shopee.
8.	Skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Tiktok Spill Outfit Terhadap Gaya Hidup Generasi Z” oleh Juliananda Rezita Zahra tahun 2024.	-Objek penelitian sama-sama (media sosial <i>TikTok</i>)	-Teori yang digunakan -Subjek penelitian -fokus konten yang berbeda.	Penelitian terdahulu berfokus pada konten <i>TikTok</i> spill outfit.
9.	Siti Cholilah Sinaga dan Mailin pada tahun 2023, jurnal yang berjudul “Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup Dan Pola Pikir Masyarakat Di Silau Bayu Kecamatan	Penelitian ini maupun penelitian sebelumnya memiliki tujuan yang sama, yaitu mengkaji dampak penggunaan <i>TikTok</i> terhadap gaya hidup.	Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti sebelumnya adalah deskriptif kualitatif subjek penelitian pun berbeda.	Penelitian terdahulu berfokus pada dampak aplikasi <i>TikTok</i> terhadap transformasi gaya hidup serta pola pikir masyarakat

	Gunung Maligas”			
10	Risky Azizah, Revina Sinta Ananda, Andhita Risko Faristiana. Jurnal yang berjudul “Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan” dipublikasikan pada tahun 2023.	-Tema penelitian: dampak <i>TikTok</i> terhadap gaya hidup.	-Fokus penelitian -metode penelitian	Penelitian terdahulu lebih berfokus pada perilaku remaja di era globalisasi.

Berdasarkan tinjauan terhadap sepuluh penelitian sebelumnya mengenai pengaruh konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) terhadap gaya hidup, terdapat sejumlah kesamaan dan perbedaan di antara studi-studi tersebut. Sebagian besar penelitian menargetkan remaja sebagai subjek, sementara beberapa lainnya melibatkan masyarakat umum. Metode yang digunakan bervariasi, dengan mayoritas penelitian memakai pendekatan kualitatif, sedangkan hanya sebagian kecil yang menggunakan metode kuantitatif. Hasil-hasil penelitian umumnya menunjukkan bahwa konten *TikTok* memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, meskipun ada juga penelitian yang tidak menemukan pengaruh serupa. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung membahas pengaruh aplikasi *TikTok* secara umum tanpa fokus khusus pada konten *OOTD*. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan guna memperluas pemahaman mengenai pengaruh konten *OOTD* terhadap gaya hidup mahasiswa dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini juga berupaya mengisi kekosongan pengetahuan terkait pengaruh konten *OOTD* terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup mahasiswi.

B. Kajian Teori

1. Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* dikembangkan oleh tiga ilmuwan yaitu Elihu Katz, Jay G. Blumen, dan Micheal Gurevitch yang berpendapat bahwa ada dorongan psikologis dan faktor sosial dalam memilih media yang sesuai dengan keinginan mereka (para pengguna).²⁴ Teori ini merupakan pendekatan yang menilai atau memahami bagaimana individu sebagai pengguna memanfaatkan media berdasarkan kebutuhan mereka serta mengukur tingkat kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media tersebut, pendekatan *uses and gratification* menitikberatkan pada pertanyaan tentang apa yang dilakukan seseorang dengan media, yaitu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka.²⁵ Menurut Richard, Lynn H. Turner terdapat lima asumsi dasar dalam teori ini yaitu:²⁶

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu, terdapat pada khalayak.
3. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.

²⁴ Hans Karunia, Nauvaliana Ashri, Irwansyah, "Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi pada Teori Uses and Gratification" Jurnal Teknologi dan Informasi Vol.3 No.1 (Januari 2021): 95.

²⁵ Meisi Isnani, Muhammad Shofwan, Akhmad Habibi, "Pendekatan Uses and Gratification Theory pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar", Journal on Education Vol.5 No.4 (Mei 2023) <http://jonedu.org/index.php/joe>

²⁶ Friska, "Teori Uses and Gratification: Konsep dan Lima Asumsi Dasar", diakses pada 15 Desember 2024, <https://www.gramedia.com/literasi/teori-used-and-gratification/>

4. Orang memiliki cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dilakukan oleh khalayak.

Teori *Uses and Gratifications* menekankan bahwa individu berperan aktif dalam proses komunikasi, meskipun tingkat keaktifan setiap orang berbeda. Penggunaan media berlandaskan pada kebutuhan serta tujuan yang telah ditetapkan oleh pengguna. Teori ini juga menguraikan kapan dan bagaimana konsumen media menjadi lebih aktif dalam memanfaatkannya, serta dampak yang muncul dari pilihan media yang digunakan.

Pengguna memiliki sejumlah alasan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. Mcquail dan rekannya mengemukakan empat kategori penggunaan media:²⁷

- a) *Diversion* (pengalihan), menggunakan media untuk melarikan diri dari masalah kehidupan sehari-hari.
- b) *Personal Relationship* (hubungan pribadi), menggunakan media untuk berinteraksi dengan orang lain atau semacam substitusi media untuk persahabatan.
- c) *Personality Identity* (identitas pribadi), menggunakan media untuk memahami dan mengembangkan identitas pribadi, nilai-nilai dan

²⁷ Ido Prijana Hadi, Megawati Wahjudianata, Inri Inggrit Indrayani. *Komunikasi Massa* (Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2021), 120

perilaku yang disampaikan melalui media.

- d) *Surveillance* (pengawasan), menggunakan media untuk mencari informasi apa yang ada di sekitar kita.

Dari keempat kategori penggunaan media, teori ini menguraikan bagaimana individu menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan mereka. "Apa yang dilakukan individu terhadap media". Teori *Uses and Gratifications* berfokus pada pengidentifikasian motif individu dalam menggunakan media serta menganalisis dampak positif dan negatif dari penggunaannya. Inti dari teori ini adalah asumsi bahwa audiens berperan aktif dalam memilih dan mengonsumsi media massa sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka.²⁸

Uses and Gratification Theory dipilih karena teori ini menekankan motivasi dan kebutuhan pengguna dalam mengakses media. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswi sebagai audiens aktif memilih untuk mengonsumsi konten OOTD di *TikTok* karena alasan tertentu, seperti mencari inspirasi fashion, meningkatkan citra diri, atau mengikuti tren sosial. Teori ini memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana mahasiswi berinteraksi dengan konten tersebut, serta bagaimana preferensi dan pilihan mereka memengaruhi pola gaya hidup sehari-hari.

²⁸ Ido Prijana Hadi, Megawati Wahjudianata, Inri Inggrit Indrayani. *Komunikasi Massa* (Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2021), 120

2. Pengaruh Konten *OOTD (Outfit Of The Day)* di Media Sosial

a. Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut KBBI/Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan kekuatan yang berasal dari sesuatu (baik orang maupun benda) yang berperan dalam membentuk karakter, keyakinan, atau tindakan seseorang.²⁹ Menurut Uwe Becker, pengaruh yaitu kemampuan yang senantiasa berkembang dan tidak sepenuhnya bergantung pada upaya untuk mempertahankan atau memaksakan kepentingan. Sementara itu, definisi pengaruh menurut M. Suyanto, diartikan sebagai nilai kualitas suatu iklan yang disampaikan melalui media tertentu.³⁰ Jadi dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya pengaruh merupakan proses pembentukan atau perubahan yang terjadi karena adanya interaksi atau hubungan antar individu, kelompok, atau faktor lingkungan yang mempengaruhi watak, kepercayaan atau perilaku seseorang secara tidak langsung dan berkelanjutan.

b. Konten *OOTD (Outfit Of The Day)*

OOTD merupakan singkatan dari *Outfit Of The Day* yang artinya pakaian hari ini. Kata *OOTD* menjadi salah satu bahasa gaul yang trend di masyarakat, kerap kali digunakan oleh berbagai kalangan serta profesi sebagai kata yang menunjukkan pakaian

²⁹Rini Susilawati, "Pengaruh Konsep Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dan Tingkat Pendapatan Pada Masa Sebelum, Awal dan New Normal Pandemi (Studi Komparasi pada Café-Café di Minggir Yogyakarta)" Jurnal solusi Vol.15 No.2 2020.

³⁰Dilihatya.com. "Pengertian Pengaruh Menurut Para Ahli" 13 September 2014. <https://dilihatya.com/2236/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli>

biasanya berupa foto ataupun video. *Outfit Of The Day* bukan hanya sebatas fashion kekinian tetapi juga mengarah pada brand ataupun trend yang dipadupadankan dengan baik yang kini sedang marak di masyarakat.

Kehadiran tren *Outfit Of The Day* menjadi sebuah tantangan bagi masyarakat, di mana masyarakat harus bijak memilah mana yang layak untuk diikuti dan yang tidak terlebih lagi hal tersebut berpusat pada kalangan artis atau tiktoker yang menjadi panutan dalam dunia fashion bagi khalayak ramai. Gaya *OOTD* biasanya diterapkan oleh individu yang memiliki pengaruh besar di masyarakat asalkan konsep yang mereka tampilkan menarik dan sesuai dengan selera publik.³¹

c. Media Sosial

Dalam jurnal yang ditulis oleh (Citra Sugianto P, 2016) menurut Kotler dan Keller, media sosial adalah sarana yang digunakan konsumen untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain maupun perusahaan atau sebaliknya.³² Menurut Nasrullah dalam jurnal karya (Adelia Regina, et al. 2022) media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkomunikasi,

³¹ Mochamad Adam Fauzi, Reni Nuraeni, "Pengelolaan Kesan Mahasiswa Pengguna OOTD STYLEDI Instagram (Studi Dramaturgi Pada Mahasiswa Pengguna Foto OOTD Di Akun @ootdupi) Jurnal Liski Vol. 3 No. 2 2017.

³² Citra Sugianto Putri, "Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli" Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol.1 No.5 (Desember 2016):595.

berkolaborasi, serta membentuk suatu ikatan sosial secara virtual.

McQuail dalam jurnal karya (Hans Karunia, et al. 2021) terdapat empat faktor yang menjelaskan alasan audiens menggunakan media sosial, yaitu:

- a. Audiens menggunakan media sebagai hiburan mereka
- b. Audiens mendapatkan informasi yang mereka cari
- c. menggunakan media untuk memperkuat identitas pribadi mereka.
- d. menggunakan media untuk menciptakan hubungan yang bersifat personal serta adanya interaksi sosial.³³

Media sosial dapat memengaruhi gaya hidup seseorang dengan berbagai cara, baik positif maupun negatif. Dampak positif yang dirasakan meliputi kemudahan dalam memperoleh informasi, komunikasi yang lebih lancar, serta perluasan jaringan pertemanan. Sementara itu, dampak negatif yang dirasakan adalah meningkatnya sikap individualisme, berkurangnya kepekaan terhadap lingkungan sekitar, keinginan untuk mendapatkan segala sesuatu dengan instan, perilaku konsumtif, serta pandangan bahwa media sosial menjadi tolak ukur tingkat kepopuleran atau seberapa gaul seseorang.³⁴

³³ Hans Karunia, Nauvaliana Ashri, Irwansyah, "Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi pada Teori Uses and Gratification" *Jurnal Teknologi dan Informasi* Vol.3 No.1 (Januari 2021): 95. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>

³⁴ Elsa Puji Juwita, Dasim Budimansyah, Siti Nurbayan, "Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa Sma Negeri 5 Bandung" *Jurnal Sosietas* Vol.5 No.1

3. *TikTok*

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang menyediakan berbagai efek spesial unik dan menarik, serta mudah digunakan oleh penggunanya untuk membuat video pendek yang kreatif dan mampu menarik perhatian banyak orang. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming.³⁵ *TikTok* menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh nomor dua setelah Instagram di tahun ini dengan unduhan sebanyak 46 juta.³⁶ Indonesia menjadi negara pertama dengan pengguna *TikTok* terbesar di dunia yang berjumlah 127,5 juta pengguna (Data Indonesia.id, April 2024)³⁷ Pengguna *TikTok* meningkat di bulan Juli mencapai 157,6 juta.³⁸ Fakta ini mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna *TikTok* terbanyak dibandingkan negara lain di dunia.

4. Pola Gaya Hidup

Gaya hidup memiliki berbagai makna yang dapat dipahami sebagai bagian dari bidang ilmu pengetahuan menurut para ahli yang mengemukakan pendapatnya. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) gaya hidup diartikan sebagai pola tingkah laku sehari-hari yang dilakukan oleh kelompok manusia dalam masyarakat, gaya hidup

³⁵ Armylia Malimbe, Fonny Waani, Evie A.A. Suwu, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado" Jurnal Ilmiah Society Vol.1 No.1 (2021)

³⁶ CNN Indonseia

³⁷ Data Indonesia ID (@dataindonesiaid) "8 negara dengan pengguna tiktok terbesar di dunia", 15 juli 2024 <https://www.instagram.com/p/C9cYtTkvbjk/?igsh=eG5zeXJpNzVqbTI1>

³⁸ "Countries with the largest TikTok audience as of July 2024" yang dipublikasi oleh firma riset Statista pada Agustus 2024.

berasal dari dua kata *style* (gaya) dan *life* (hidup).³⁹

Plummer memperkenalkan pengukuran gaya hidup melalui pendekatan AIO (*activities, interest and opinion*). Jika diuraikan ketiganya memiliki pengertian berikut:⁴⁰

1. *Activities* yaitu bagaimana cara seseorang menghabiskan waktu dalam aktivitas sehari-hari.
2. *Interest* berkaitan dengan hal-hal yang menjadi minat seseorang atau aspek-aspek di lingkungan sekitar mereka yang dianggap penting dalam kehidupan dan interaksi sosial.
3. *Opinion* yaitu menggambarkan pandangan atau pendapat seseorang tentang diri sendiri serta persepsi mereka terhadap dunia di sekitarnya.

Hawkins menyatakan bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang memengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya, termasuk perilaku membeli (Yuniarti, 2015). Sementara itu, menurut Kottler dan Amstrong dalam jurnal karya (Ranti Tri Anggraini, et. al) gaya hidup merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang mencerminkan pola kehidupannya yang terlihat melalui aktivitas, minat, dan opininya dalam berinteraksi di

³⁹ Tempo Institute. "Mengenal Gaya Hidup dan Apa Yang Membuatnya Menarik Untuk Ditulis", (blog). 14 Januari 2022.

⁴⁰ Dwi Utomo, Agus Psetyanta, "Analisis Pengaruh Variabel Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Steak Di Star Steak Boyolali" Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Immanuel Yogyakarta, 23.

lingkungan sekitar.⁴¹ Pola gaya hidup mahasiswi dianalisis melalui sejumlah indikator yang merepresentasikan perubahan perilaku akibat paparan konten media sosial, khususnya konten *OOTD (Outfit of The Day)* di platform *TikTok*. Gaya hidup dipahami bukan semata-mata sebagai perilaku konsumtif, tetapi sebagai representasi nilai, identitas, dan preferensi yang terbentuk dari proses sosial dan interaksi digital.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴¹ Ranti Tri Anggraini, Fauzan Heru Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja" *Gadjah Mada Journal Of Psychology* Vol 3, No. 3, 2017.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan metode kuantitatif karena sesuai dengan tujuan untuk mengukur secara tepat seberapa besar pengaruh konten *OOTD* di media sosial *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi dan memberikan kesimpulan yang dapat dipercaya dan diterapkan secara luas. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat di capai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur statistik dan teknik pengukuran kuantitatif. Pendekatan ini berfokus pada analisis variabel-variabel yang terukur dan memiliki karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia. Hubungan antar variabel tersebut dianalisis secara objektif berdasarkan kerangka teori yang relevan.⁴²

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk mengkaji hubungan antara konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) di *TikTok* (variabel X) dan pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022 (variabel Y). Penelitian asosiatif atau hubungan adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih serta mengetahui pengaruhnya⁴³. Oleh karena itu, pendekatan yang relevan adalah penelitian kuantitatif asosiatif atau hubungan.

Penelitian ini menggunakan teknik survei, dengan pengumpulan data melalui distribusi kuesioner kepada responden yang telah ditentukan. Hal ini

⁴² Wiratna Sujarweni. *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 39.

⁴³ Wiratna Sujarweni. *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 11.

memungkinkan analisis yang teliti dan komprehensif atas hubungan antar variabel penelitian. Jenis penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden.⁴⁴

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai jumlah subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian untuk diteliti dan kemudian diambil kesimpulan.⁴⁵ Populasi penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang berjumlah 327 mahasiswi. Karakteristik populasi meliputi, status sebagai mahasiswi aktif Fakultas Dakwah, angkatan masuk tahun 2022 dan pengguna aktif *TikTok*

Tabel 3.1

Data Mahasiswi Aktif Fakultas Dakwah angkatan 2022

Mahasiswi Aktif Fakultas Dakwah Angkatan 2022		
No	Prodi	Jumlah
1.	KPI	62
2.	BKI	112
3.	MD	23
4.	PI	102
5.	PMI	28
Total		327

Sumber: Data Mahasiswi aktif Fakultas Dakwah tahun 2025

Tabel diatas menunjukkan data mengenai jumlah mahasiswi aktif Fakultas Dakwah angkatan 2022 dari lima program studi dengan jumlah

⁴⁴ Wiratna Sujarweni. *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 8.

⁴⁵ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 65.

keseluruhan populasi sebanyak 327 mahasiswi yang diakses pada 02 Februari 2025.

2. Sampel

Sampel penelitian merupakan sebagian representatif dari populasi yang diteliti. Penggunaan sampel menjadi perlu ketika populasi penelitian terlalu besar untuk diteliti secara keseluruhan misalnya, karena terbatas dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.⁴⁶

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* yaitu metode yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih.⁴⁷ Jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* di mana anggota sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi.⁴⁸ Untuk menentukan sampel, digunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : ukuran sampel/jumlah responden

N : ukuran populasi

⁴⁶ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 65.

⁴⁷ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 71

⁴⁸ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 72

e : presentase kelonggaran penelitian kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir 10%, $e = 0,1$

untuk mengetahui sampel penelitian ini maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{327}{1 + (327 \times 0,1)^2}$$

$$n = \frac{327}{1 + (327 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{327}{1 + 3,27}$$

$$n = \frac{327}{4,27}$$

$n = 76,58$ dibulatkan menjadi 77

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Berdasarkan rumus diatas, maka responden dalam penelitian ini sebanyak 77 orang.

Proportionate Stratified Random Sampling digunakan jika populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.⁴⁹ Perhitungan berikut digunakan untuk menentukan berapa

⁴⁹ Imam Machalli. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta:Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta), 70-71.

banyak sampel yang dibutuhkan dari setiap prodi yaitu, menggunakan rumus proporsional.

$$n_i: \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan

n_i : Jumlah sampel stratum

N_i : Jumlah populasi stratum

n : jumlah sampel seluruhnya

N : Jumlah populasi seluruhnya

Berikut adalah hasil dari setiap proporsional random sampling:

KPI $\frac{62}{327} \times 77 = 15$ Mahasiswi

BKI $\frac{112}{327} \times 77 = 26$ Mahasiswi

MD $\frac{23}{327} \times 77 = 5$ Mahasiswi

PSIKOLOGI ISLAM $\frac{102}{327} \times 77 = 24$ Mahasiswi

PMI $\frac{28}{327} \times 77 = 7$ Mahasiswi

Tabel 3.2
Jumlah Mahasiswi Aktif dan Sampel

No	Prodi	Jumlah Mahasiswi Aktif	Jumlah Sampel
1	KPI	62	15
2	BKI	112	26
3	MD	23	5
4	PI	102	24
5	PMI	28	7
Jumlah		327	77

Sumber: Hasil Proporsional

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti sebagai upaya untuk memperoleh informasi kuantitatif dari responden, sesuai dengan tujuan penelitian.⁵⁰ Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyajikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk diisi oleh responden.⁵¹ Selanjutnya data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring (online) yang diakses melalui platform *Google Forms*. Metode ini dipilih atas efisiensi dan efektifitasnya dalam mengumpulkan data dari populasi responden yang besar. Adapun kuesioner yang akan dicantumkan meliputi: pertanyaan

⁵⁰ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 74

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 142.

mengenai kebiasaan penggunaan *TikTok* dan interaksi dengan konten *OOTD*, pertanyaan yang menilai pengaruh konten *OOTD* terhadap gaya hidup.

b. Dokumentasi

Dokumentasi bertujuan untuk memperoleh informasi dengan menganalisa dokumen-dokumen dari beberapa sumber baik berupa dokumen tertulis, gambar, dan dokumen lainnya yang relevan dengan penelitian⁵². Dokumentasi dalam penelitian ini mencakup data sekunder dari penelitian terdahulu yang membahas konsumsi *fashion* serta dampak media sosial terhadap gaya hidup.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data, sehingga prosesnya menjadi lebih akurat, efisien, dan menghasilkan informasi yang akurat, lengkap, serta terstruktur untuk mempermudah analisis data.⁵³ Instrumen yang digunakan berupa kuisioner yang mengukur dengan skala likert.

Skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian, variabel diuraikan menjadi indikator yang digunakan sebagai dasar dalam penyusunan item pernyataan pada instrumen penelitian. Jawaban yang diberikan dalam instrumen tersebut diberi nilai numerik, sehingga memungkinkan analisis kuantitatif yang sistematis.

⁵² Riduwan, M.B.A, *Pengantar Statistika Sosial* (Bandung: Alfabeta, 2012), 43.

⁵³ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 76.

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Instrumen yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist*. Berikut tabel *checklist* penelitian ini:

Tabel 3.4
Bentuk *checklist*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering melihat konten <i>OOTD</i> di media sosial <i>TikTok</i> .	√				

3. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah metode untuk menilai sejauh mana suatu instrumen memiliki tingkat keabsahan yang tinggi. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur variabel yang diharapkan secara akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti menggunakan program SPSS untuk mengetahui korelasi dalam uji validitas, skor dan jumlah item tersebut harus dikorelasikan untuk menentukan nilai validitas suatu item. Item-item tersebut tidak diteliti

lebih lanjut jika tidak memenuhi syarat-syarat berikut:⁵⁴

1. Item dianggap valid apabila $R \text{ Hitung} > R \text{ Tabel}$
2. Item dianggap tidak valid apabila $R \text{ Hitung} < R \text{ Tabel}$

Berikut tabel uji validitas dari variabel X (Konten *Outfit Of The Day*)

Tabel 3.5
Hasil uji validitas Konten *Outfit Of The Day* (X)

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1	0,605	0,224	Valid
X2	0,738	0,224	Valid
X3	0,595	0,224	Valid
X4	0,646	0,224	Valid
X5	0,271	0,224	Valid
X6	0,481	0,224	Valid
X7	0,679	0,224	Valid
X8	0,667	0,224	Valid
X9	0,649	0,224	Valid
X10	0,844	0,224	Valid
X11	0,538	0,224	Valid
X12	0,785	0,224	Valid

Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

Tabel 3.6
Hasil uji validitas Pola Gaya Hidup (Y)

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0,731	0,224	Valid
Y2	0,801	0,224	Valid
Y3	0,680	0,224	Valid
Y4	0,817	0,224	Valid
Y5	0,756	0,224	Valid
Y6	0,655	0,224	Valid
Y7	0,612	0,224	Valid
Y8	0,716	0,224	Valid
Y9	0,740	0,224	Valid
Y10	0,709	0,224	Valid
Y11	0,855	0,224	Valid
Y12	0,739	0,224	Valid

Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

⁵⁴ Sahid Raharjo “Cara Melakukan Uji Validitas Product Moment Dengan SPSS”

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai R_{Hitung} lebih besar dari R_{Tabel} (0,224), yang diperoleh dari rumus $R_{Tabel} df=n-2 = 77- 2= 75$ pada taraf signifikansi 5% (0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner penelitian ini valid dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang di teliti.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi dan stabilitas jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan konstruk, yaitu dimensi dari suatu variabel yang dirancang dalam bentuk kuesioner. Dengan demikian, uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner dapat diandalkan dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti. Semua item pernyataan dapat menjalani pengujian reliabilitas bersama berdasarkan prinsip-prinsip berikut:⁵⁵

1. Apabila nilai Cronbach's Alpha lebih dari $> 0,60$ maka instrumen dinyatakan reliabel atau konsisten
2. Sebaliknya, jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari $< 0,60$ maka instrumen dianggap tidak reliabel atau tidak konsisten

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standart cronbach's alpha</i>	Keterangan
1	Konten OOTD	0,85	0,60	Reliabel
2	Pola Gaya Hidup	0,92	0,60	Reliabel

Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

⁵⁵ Wiratna Sujarweni "Metode Penelitian" (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023), 85

Berdasarkan tabel diatas, variabel X (Konten OOTD) dan variabel Y (Pola Gaya Hidup) dinyatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha keduanya lebih besar dari 0,60. Secara rinci, variabel X memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0,85 dan variabel Y sebesar 0,92 yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur konstruk yang diteliti.

D. Analisis Data

Analisis data adalah tahapan dalam penelitian yang melibatkan pengolahan data yang telah dikumpulkan dengan metode statistik, sehingga dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan merumuskan kesimpulan. Teknik pengolahan data menggunakan program IBM SPSS Statistics 25. Untuk mendapatkan hasil penelitian mengenai pengaruh konten *OOTD* di *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah, penulis menerapkan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, serta analisis inferensial dalam penelitian ini. Rincian masing-masing metode akan dijelaskan lebih lanjut oleh peneliti sebagaimana berikut:

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengolah dan menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa melakukan generalisasi atau menarik kesimpulan yang berlaku secara luas.⁵⁶ Teknik analisis ini dipilih untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik variabel konten *OOTD TikTok* dan pola gaya hidup

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 245.

mahasiswi.

2. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah data memiliki distribusi yang bersifat normal. Data dianggap berdistribusi normal apabila sebagian besar residual yang telah distandarisasi berada di sekitar nilai rata-rata.⁵⁷ Pengambilan keputusan yang diperlukan dalam uji normal probability plot:

- 1) Nilai residual berdistribusi normal jika titik-titiknya berada disekitar garis diagonal
- 2) Sedangkan, jika titik-titiknya tersebut tersebar jauh atau tidak mengikuti pola garis diagonal, maka nilai residual dinyatakan tidak berdistribusi normal.⁵⁸

Uji normalitas menggunakan kolmogorov-smirnov memiliki syarat pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Data penelitian dianggap berdistribusi normal jika (Sig.) lebih besar dari 0.05.
- 2) Begitupun sebaliknya, data penelitian dinyatakan tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0.05.

⁵⁷ Aminatuz Zahriyah, Suprianik, dkk, *EKONOMETRIKA Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jawa timur: Mandala Press), 70

⁵⁸ Sahid Raharjo, "Cara Uji normal probability plot dalam model regresi dengan SPSS". SPSS Indonesia. Diakses pada 26 April 2025. <https://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html>.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dan dependen menunjukkan korelasi atau hubungan yang kuat dalam model regresi. Untuk menguji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF dan nilai *tolerance*.

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai *tolerance*:

- 1) Multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai toleransi $> 0,10$
- 2) Multikolinearitas terjadi apabila nilai toleransi $< 0,10$

Jika pengambilan keputusan menggunakan nilai VIF *Variance Inflation Factor* maka:

- 1) Multikolinearitas tidak terjadi apabila $VIF < 10,00$
- 2) Multikolinearitas terjadi apabila $VIF > 10,00$.⁵⁹

c. Uji heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terjadi penyimpangan terhadap asumsi klasik berupa ketidaksamaan varian residual pada seluruh observasi dalam model regresi. Jika heteroskedastisitas muncul, maka model regresi linear sederhana menjadi kurang efisien dan hasil estimasi dapat kehilangan akurasi. Sebaliknya, jika varian residual konsisten di setiap pengamatan, maka kondisi tersebut disebut homoskedastisitas. Berikut ciri-ciri scatterplot tidak terjadi heteroskedastisitas:

⁵⁹Sahid Raharjo, "Uji Multikolinearitas Dengan Melihat Nilai Tolerance Dan VIF SPSS". SPSS Indonesia. Diakses pada 26 April 2025. <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html>.

- 1) Titik-titik menyebar di sekitar angka 0 atau diatasnya dan dibawahnya.
- 2) Titik-titik tidak mengumpul.
- 3) Titik-titik data tidak boleh didistribusikan dalam pola bergelombang yang mengembang, menyusut, dan kemudian mengembang lagi.
- 4) Distribusi titik-titik tidak berpola.⁶⁰

3. Analisis inferensial

Analisis inferensial adalah metode statistik yang tidak hanya berfokus pada penyajian data, tetapi juga bertujuan untuk menarik kesimpulan dari data yang diperoleh.⁶¹ Metode ini sering disebut sebagai statistik probabilitas karena keakuratan data sampel bergantung pada peluang atau probabilitas. Dalam analisis ini, tingkat kesalahan dan kepercayaan disebut sebagai taraf signifikansi. Pendekatan ini paling tepat digunakan ketika sampel dipilih secara acak dari populasi yang terdefinisi dengan jelas.⁶²

a. Uji regresi linier sederhana

Persamaan regresi digunakan untuk memperkirakan nilai variabel dependen berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel independen. Analisis regresi linier sederhana adalah metode statistik

⁶⁰ Sahid, Raharjo "Panduan Uji Heteroskedastisitas Dengan Gambar Scatterplots SPSS." SPSS Indonesia. Diakses pada 26 April 2025 <https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-heteroskedastisitas-scatterplots.html>.

⁶¹ Mundir, *STATISTIK PENDIDIKAN*, (Jember: STAIN Jember Press, 2012), 5

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 148.

yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya,⁶³ dengan menerapkan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Y: variabel terikat (Pola gaya hidup)

X: variabel bebas (Konten *Outfit Of The Day*)

α : konstanta / kemiringan slop

β : koefisien regresi⁶⁴

Ketika menggunakan uji regresi linier sederhana maka ada persyaratan kelayakan yang harus dipenuhi:

- 1) Jumlah sampel yang digunakan antara variabel bebas dan variabel terikat harus konsisten
- 2) Hanya satu variabel terikat (Y)
- 3) Nilai residual harus tersebar normal
- 4) Terdapat hubungan yang konsisten antara variabel bebas dan variabel terikat
- 5) Tidak terjadi gejala-gejala asumsi klasik.

b. Uji-t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan

⁶³ Aminatuz Zahriyah, Suprianik, dkk, *EKONOMETRIKA Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jawa timur: Mandala Press), 55

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 188.

membandingkan nilai T_{hitung} dan T_{tabel} . Pengujian ini didasarkan pada dua kriteria utama sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh antara konten *OOTD* dengan pola gaya hidup
jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$
- 2) Tidak ada pengaruh antara konten *OOTD* dengan pola gaya hidup
jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$.

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai sig yaitu:

- 1) Jika $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁶⁵

c. Uji R^2 (Koefisien determinasi)

Uji koefisien determinasi pada model regresi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai ini dapat ditemukan pada tabel Model *summary* dengan *R-Square* (R^2).

- 1) Jika $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen semakin kuat
- 2) Jika $R^2 = 0$ atau mendekati 0, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen semakin kecil atau rendah.

⁶⁵ Raharjo, Sahid, "Cara Melakukan Uji t Parsial Dalam Analisis Regresi Dengan SPSS." SPSS Indonesia. Diakses pada 26 April 2025. <https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html>.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Objek penelitian adalah bagian dari komponen penting yang wajib diperjelas karena menjelaskan dan menjabarkan topik penelitian, yang berisi bukti atau fakta penting bagi peneliti selama melakukan penelitian. Subyek penelitian pada penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022.

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember merupakan salah satu perguruan tinggi Islam Negeri yang terletak di pulau Jawa. Berdirinya UIN KHAS Jember bertujuan untuk membentuk kader intelektual muslim serta menjadi pemimpin yang mampu mengawal dalam proses perkembangan kualitas kehidupan bangsa. Akademisi yang menjabat sebagai Rais 'Aam Syuriah Nahdlatul Ulama dan termasuk pelopor berdirinya UIN KHAS Jember diberi nama KH. Achmad Siddiq yang diberikan kepada UIN Jember. Berikut ini beberapa Fakultas yang ada di UIN KHAS Jember diantaranya:

1. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK)
2. Fakultas Syari'ah
3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
4. Fakultas Dakwah
5. Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora (FUAH)

Namun demikian, penelitian ini secara khusus berfokus pada Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember, dengan menggunakan mahasiswi angkatan 2022 sebagai subjek penelitiannya.

1. Sejarah Berdirinya Fakultas Dakwah

Sejarah berdirinya Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember berdasarkan pertimbangan rasional yang mengacu terhadap kebutuhan fungsional lembaga. Selain itu, pendirian Fakultas Dakwah berupaya untuk meningkatkan standar pengajaran di lembaga terkait. Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember resmi didirikan pada tahun 1997, saat STAIN Jember masih berstatus quo. Fakultas Dakwah IAIN Jember berdiri pada tahun 2014, dan pada tahun 2021 berubah status menjadi Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember. Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember juga memiliki beberapa program studi unggulan, dimulai dengan program studi paling tua yakni Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), selain itu juga terdapat program studi yang lainnya seperti Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), Manajemen Dakwah (MD), Bimbingan dan Konseling Islam (BKI), dan program studi termuda di Fakultas Dakwah yaitu Psikologi Islam (PSI) yang hadir pada tahun 2018. Melalui kelima program studi yang ada, Fakultas Dakwah terletak disebelah barat Fakultas Tarbiyah tepatnya di jalur pintu keluar dairi UIN KHAS Jember.⁶⁶

⁶⁶ <https://fdakwah.uinkhas.ac.id/>

2. Visi dan Misi Fakultas Dakwah

a. Visi:

Menjadi pusat pendidikan tinggi ilmu dakwah terkemuka di asia tenggara pada tahun 2045 berbasis kedalaman ilmu dan kearifan lokal untuk kemanusiaan dan peradaban

b. Misi:

- 1) Menghasilkan lulusan bermutu yang memiliki kecakapan akademik dan keterampilan dalam berdakwah
- 2) Menghasilkan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dalam memecahkan masalah-masalah kemanusiaan
- 3) Mengupayakan terciptanya kehidupan masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera lahir dan batin
- 4) Menciptakan jaringan kerjasama dengan berbagai lembaga yang mendukung pengembangan Pendidikan.⁶⁷

Mahasiswi Fakultas Dakwah, khususnya angkatan 2022, menunjukkan karakteristik yang khas sebagai generasi yang terhubung secara aktif dengan dunia digital, khususnya *TikTok*, yang digunakan sebagai sumber hiburan, informasi, serta sarana untuk mengekspresikan diri. Kehadiran konten-konten bertema *Outfit of The Day (OOTD)* di *TikTok* menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian karena konten tersebut menyajikan referensi gaya berpakaian yang praktis, terkini, dan mudah diakses.

⁶⁷ <https://fdakwah.uinkhas.ac.id/>

Pengaruh konten *OOTD* terlihat dalam berbagai aktivitas mereka, baik di dalam maupun di luar lingkungan akademik. Di lingkungan kampus, mahasiswi mulai memperhatikan penampilan saat mengikuti kuliah, kegiatan organisasi, atau seminar. Gaya berpakaian yang umum terlihat antara lain, penggunaan *outer oversize*, sepatu *sneakers*, warna-warna *earth tone*, serta padu padan hijab kekinian. Gaya tersebut mencerminkan preferensi berpakaian yang tidak hanya sesuai dengan nilai-nilai kesopanan dan syariat, tetapi juga mengikuti tren *fashion* modern yang banyak ditemukan di *TikTok*. Di luar kampus, saat menghadiri kegiatan sosial atau berkumpul dengan teman, mahasiswi cenderung meniru gaya berpakaian para *influencer* yang mereka ikuti, bahkan membeli pakaian dari toko online yang direkomendasikan dalam konten *OOTD*. Beberapa dari mereka juga mulai aktif membuat konten sendiri, seperti video *transisi outfit*, atau unggahan inspirasi busana mereka. Aktivitas ini seringkali disertai interaksi digital melalui komentar, *like*, dan berbagi tautan konten dengan sesama pengguna.

B. Penyajian Data

1. Deskripsi data

Terdapat dua teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner disebarakan secara online melalui *Google Form* untuk mengumpulkan data primer dari responden. Respondennya adalah mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022 yang

dikategorikan berdasarkan program studi, dan umur.

- a. Deskripsi responden berdasarkan program studi

Tabel 4.1
Presentase Responden Berdasarkan Program Studi

No	Program Studi	Jumlah	Presentase
1.	KPI	15	19%
2.	BKI	26	34%
3.	MD	5	6%
4.	PI	24	31%
5.	PMI	7	9%
Jumlah		77	100%

Sumber: Pengelola data Microsoft Excel

- b. Deskripsi responden berdasarkan umur

Tabel 4.2
Presentase Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Presentase
1.	20	11	14%
2.	21	41	53%
3.	22	19	25%
4.	23	6	8%
Jumlah		77	100%

Sumber: Pengelola data Microsoft Excel

2. Deskripsi variabel penelitian

- a. Tabulasi data penelitian

Peneliti dapat dengan mudah mengorganisir, mengolah, dan menganalisis data variabel penelitian. Hal ini memungkinkan peneliti mendapatkan hasil yang lebih akurat. Berikut tabulasi data untuk setiap variabel penelitian.

Tabel 4.3
Tabulasi Data X

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	TOTALX
1	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	47
2	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	4	40
3	5	4	4	3	3	2	3	4	4	5	2	4	43
4	5	4	3	3	3	2	5	5	5	5	3	4	47
5	5	4	3	3	5	2	4	4	3	3	2	4	42
6	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	38
7	3	4	2	1	2	2	4	3	3	3	3	3	31
8	4	4	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	34
9	2	4	2	3	4	1	4	3	3	2	3	3	33
10	5	4	4	3	2	1	2	4	4	2	4	2	37
11	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	36
12	4	4	3	4	5	3	5	5	4	5	5	5	51
13	5	4	5	3	4	2	4	4	4	4	3	4	45
14	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	50
15	5	4	5	5	2	1	5	5	5	5	5	5	53
16	5	4	5	2	4	3	4	5	5	5	5	5	53
17	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	28
18	5	4	4	3	2	1	4	4	4	5	3	5	44
19	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	43
20	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	39
21	5	4	5	5	2	2	5	5	5	5	2	4	51
22	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
23	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	41
24	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	43
25	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	43
26	3	4	2	3	4	4	5	2	3	4	4	3	39
27	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	46
28	5	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	44
29	5	4	3	3	4	2	5	4	4	5	4	4	47
30	5	4	3	3	5	3	4	5	3	3	3	3	43
31	5	4	3	3	4	1	5	4	4	3	2	3	40
32	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	2	4	40
33	4	4	4	2	2	1	4	4	2	2	1	4	34
34	3	4	1	1	4	2	3	3	2	2	2	3	27
35	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	31
36	4	4	4	2	2	2	3	4	3	3	3	4	37
37	5	4	2	4	4	1	4	4	5	2	5	5	45
38	4	4	4	4	3	2	4	4	4	5	3	4	45
39	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	40
40	4	4	4	2	4	2	4	3	4	4	4	4	43
41	5	4	3	3	2	3	4	5	5	5	4	5	48
42	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
43	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	50
44	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	3	5	49
45	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	3	4	50
46	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	5	48
47	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	46
48	5	4	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	55

49	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	44
50	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	48
51	4	4	3	2	4	4	5	3	4	4	4	5	45
52	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	50
53	4	4	2	3	4	4	5	4	3	4	2	5	44
54	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	2	5	49
55	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	50
56	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	3	5	49
57	4	4	4	4	2	4	5	4	4	5	3	5	48
58	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	3	5	49
59	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	5	47
60	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	53
61	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	52
62	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	53
63	4	4	4	3	2	4	4	2	3	4	4	2	40
64	2	4	2	3	4	4	1	4	2	3	2	4	34
65	5	4	3	4	4	5	5	4	3	5	3	5	50
66	4	4	4	2	2	2	3	4	4	5	5	3	42
67	4	4	2	2	4	3	4	2	2	3	2	3	35
68	4	4	4	4	4	3	3	2	1	4	4	3	40
69	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	33
70	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	42
71	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	43
72	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	53
73	5	3	3	2	4	2	4	4	5	4	4	5	45
74	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	53
75	5	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	44
76	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	54
77	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	54

Sumber: Data Pengolahan Microsoft Excel

Tabel 4.4

Tabulasi Data Y

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	TOTALY
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	2	2	38
3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	57
4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	3	49
5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	2	48
6	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	41
7	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	33
8	4	4	2	4	4	4	4	4	5	2	2	1	40
9	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	37
10	4	3	2	3	4	4	3	3	4	2	2	4	38
11	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
12	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	49
13	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	53
14	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	52
15	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	1	51
16	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
17	4	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	29
18	4	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	44

19	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	46
20	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	41
21	4	2	2	5	5	2	5	2	5	2	2	4	40
22	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
23	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	43
24	4	4	3	3	4	5	4	3	4	2	4	2	42
25	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	43
26	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	45
27	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
28	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
29	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	49
30	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
31	4	3	3	3	4	5	4	3	3	4	4	3	43
32	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	44
33	4	4	3	1	2	3	4	2	4	1	1	1	30
34	4	2	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	20
35	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
36	4	3	4	5	3	3	3	3	3	2	3	3	39
37	4	4	4	2	4	2	5	2	4	2	4	1	38
38	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	2	50
39	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	38
40	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	44
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
43	4	4	5	5	5	4	4	3	4	3	5	5	51
44	4	4	2	5	5	5	3	4	4	5	5	4	50
45	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	48
46	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
47	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	50
48	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	55
49	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	50
50	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	49
51	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
52	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
53	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	47
54	4	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	52
55	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	4	51
56	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	55
57	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	51
58	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	54
59	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	47
60	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	51
61	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	53
62	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	54
63	4	1	4	1	3	4	2	4	4	2	2	2	33
64	4	3	2	3	4	2	4	1	4	4	1	3	35
65	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	51
66	4	2	3	3	1	2	4	4	2	4	1	1	31
67	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	30
68	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	44
69	4	3	2	2	1	3	2	3	3	2	1	2	28
70	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	46
71	4	2	4	4	1	1	2	4	4	3	3	4	36

72	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	56
73	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	2	42
74	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	53
75	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	45
76	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	53
77	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	55

Sumber: Data Pengolahan Microsoft Excel

Berdasarkan tabel tersebut, peneliti telah mengumpulkan semua jawaban responden sesuai dengan sampel yang ditentukan menggunakan rumus proporsional. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diproses dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS 25. Variabel X (Konten OOTD) terdiri dari 12 pernyataan dan variabel Y (Pola Gaya Hidup) juga memiliki 12 pernyataan.

3. Presentase hasil kuesioner

Tabel 4.5

Presentase Hasil Kuesioner Variabel X

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya sering menggunakan aplikasi <i>TikTok</i>	35%	54%	8%	3%	-
2	Saya mengakses konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>	4%	95%	1%	-	-
3	Saya sering mengakses berbagai konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>	9%	48%	30%	12%	1%
4	Saya sering mengomentari atau like konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>	4%	42%	39%	13%	3%
5	Saya berinteraksi dengan pengguna lain di <i>TikTok</i>	5%	52%	23%	19%	-
6	Saya membagikan konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i> ke media sosial lain	3%	34%	27%	27%	9%
7	Konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i> mempengaruhi gaya berpakaian seseorang	38%	47%	12%	3%	1%
8	<i>TikTok</i> menjadi sumber inspirasi saya dalam memilih gaya berpakaian	14%	54%	19%	12%	-
9	Konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>	13%	45%	29%	12%	1%

	disimpan sebagai referensi untuk memperbarui gaya berpakaian					
10	Saya mencari informasi tentang tren <i>fashion</i> muslim (seperti gamis, abaya, khimar, rok, tunik) di konten <i>OOTD TikTok</i>	39%	29%	21%	12%	-
11	Saya mengikuti akun-akun <i>fashion</i> untuk mendapatkan informasi terbaru	8%	32%	38%	21%	1%
12	Konten <i>OOTD</i> di <i>TikTok</i> membantu saya mengetahui tren <i>fashion</i> yang sedang populer	39%	35%	21%	5%	-

Sumber: Data Pengolahan Tahun 2025 (SPSS 25)

Analisis data kuesioner berdasarkan presentase dari setiap item mengindikasikan popularitas *TikTok* di kalangan responden, ditandai dengan frekuensi akses yang tinggi terhadap konten *Outfit Of The Day* (*OOTD*). Konten *OOTD* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya berpakaian responden, meskipun perannya sebagai referensi utama dalam memperbarui gaya berpakaian relatif terbatas. Responden juga memanfaatkan sumber informasi tren *fashion* lain di platform *TikTok*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Tabel 4.6
Presentase Hasil Kuesioner Variabel Y

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya selalu mengikuti perkembangan <i>fashion</i> agar tetap selalu percaya diri	100%	-	-	-	-
2	Setelah menonton konten <i>Outfit Of The Day</i> saya merasa lebih peduli dengan penampilan saya	23%	47%	19%	9%	1%
3	Saya merasa puas jika berpenampilan menarik sesuai dengan konten <i>Outfit Of The Day</i>	18%	42%	26%	14%	-
4	Saya memilih outfit berdasarkan	40%	30%	18%	8%	4%

	acara karena terpengaruh oleh konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>					
5	Saya mencari inspirasi <i>mix and match</i> pakaian di <i>TikTok</i>	29%	47%	17%	4%	4%
6	Konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i> membuat saya ingin mencoba gaya berpakaian yang baru	21%	48%	22%	6%	3%
7	Konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i> mempengaruhi gaya berpakaian seseorang	12%	61%	21%	6%	-
8	Saya mulai mengikuti tren fashion setelah terinspirasi dari konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>	8%	57%	25%	8%	3%
9	Mencoba <i>mix and match</i> pakaian berdasarkan inspirasi dari konten <i>Outfit Of The Day</i>	26%	48%	22%	3%	1%
10	Saya sering membeli pakaian muslim (seperti gamis, abaya, khimar, rok, tunik) karena terinspirasi oleh konten <i>OOTD TikTok</i>	10%	36%	34%	17%	3%
11	Konten <i>OOTD</i> di <i>tiktok</i> mempengaruhi keputusan saya dalam berbelanja pakaian, hijab, dan aksesoris	13%	51%	21%	10%	6%
12	Saya meningkatkan pengeluaran untuk membeli pakaian, hijab, dan aksesoris setelah terinspirasi dari konten <i>OOTD</i> di <i>TikTok</i>	19%	36%	21%	16%	8%

Sumber: Data Pengolahan Tahun 2025 (SPSS 25)

Berdasarkan tabel tersebut, penelitian ini mengungkapkan bahwa responden yang aktif mengikuti tren mode cenderung lebih percaya diri. Selain itu, video *OOTD (Outfit Of The Day)* di *TikTok* cukup berpengaruh pada gaya berpakaian dan bagaimana responden memperhatikan penampilan mereka, walaupun bukan satu-satunya faktor yang berperan.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mendapatkan gambaran umum data penelitian seperti, nilai rata-rata (mean), nilai terendah (minimum), serta standar deviasi dari variabel konten *OOTD* dan pola gaya hidup. Hasil dari analisis statistik deskriptif tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Konten <i>OOTD</i>	77	30.00	54.00	44.1688	6.10953
Pola Gaya Hidup	77	20.00	59.00	44.7662	7.86715
Valid N (listwise)	77				

Sumber: Data pengolahan tahun 2025 (SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, distribusi data penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Konten *OOTD*: dari 77 data yang valid, nilai terendah adalah 30, nilai tertinggi 54, dengan rata-rata 44,17 dan standar deviasi (simpangan baku) 6,11. Artinya sebagian besar nilai berkumpul di rata-rata 44,17.
- b. Pola gaya hidup: dari 77 data yang valid nilai terendah adalah 20, nilai tertinggi 59, dengan rata-rata 44,77 dan standar deviasi (simpangan baku) 7,87.

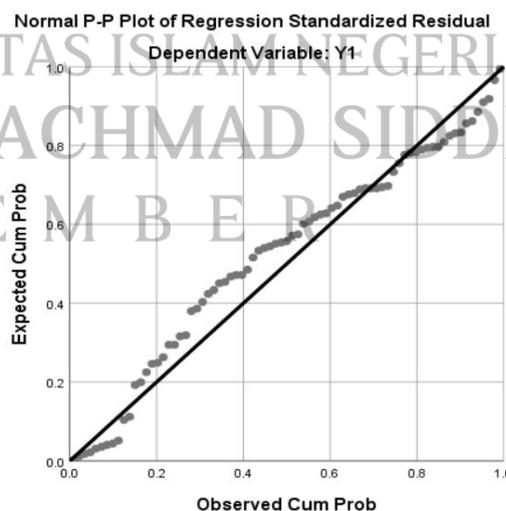
2. Uji asumsi klasik

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sehingga uji asumsi klasik termasuk uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas menjadi salah satu syarat pengujian yang harus dipenuhi.

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data tersebut berdistribusi normal sehingga dapat digunakan dalam statistik parametrik.⁶⁸ Untuk menentukan apakah nilai residual normal, hal ini dapat dilakukan dengan cara mengamati plot titik-titik pada hasil uji SPSS dan menilai apakah titik-titik tersebut berada di sekitar garis diagonal. Jika titik plotting berada dekat dengan garis diagonal, maka data dianggap berdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil pengujian probability plot yang dilakukan menggunakan program SPSS.

Gambar 4.1
Hasil Uji P-Plot



Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

⁶⁸ Wiratna Sujarweni *“Metode Penelitian”* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023), 102.

Hasil uji P-Plot menunjukkan bahwa titik-titik plot tersebar di sekitar garis diagonal, yang mengindikasikan bahwa data penelitian memenuhi asumsi normalitas sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.8
Hasil Uji One Sampel Kolmogorov Smirnov

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	Y1
N		77	77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	43.96	44.2597
	Std. Deviation	6.934	6.60769
Most Extreme Differences	Absolute	.091	.087
	Positive	.050	.048
	Negative	-.091	-.087
Test Statistic		.091	.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177 ^c	.200 ^{e,d}

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwasanya data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Sehingga data penelitian layak untuk dianalisis lebih lanjut.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen dengan independen mempunyai hubungan yang kuat atau tidak, data menunjukkan tidak adanya multikolinearitas ketika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) $< 10,00$. Begitupun sebaliknya, jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) $> 10,00$ maka dinyatakan tidak

terdapat hubungan yang kuat antar variabel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.131	3.427		4.707	.000		
	X1	.640	.077	.693	8.314	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y1

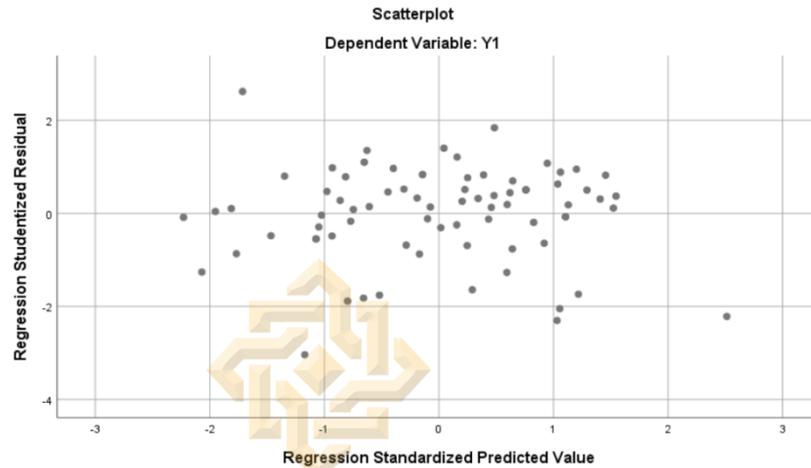
Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

Tabel diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* sebesar $1,000 > 0,10$ dan nilai *VIF* sebesar $1,000 < 10,00$ menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel X dan Y.

c. Uji heteroskedastisitas

Analisis ini bertujuan untuk menentukan apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan atau berubah antara pengamatan yang berbeda. Jika varians residual tetap, maka terjadi homoskedastisitas, sedangkan jika varians residual bervariasi, maka kondisi tersebut disebut heteroskedastisitas. Pola scatterplot digunakan untuk mendeteksi keberadaan gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

Scatterplot diatas menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, karena pola atau titik-titiknya tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu seperti mengembang ataupun menyusut.

3. Uji regresi linear sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan guna mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dan menentukan signifikansi pengaruh tersebut. Pengujian dilakukan dengan metode regresi linier sederhana melalui bantuan software SPSS 25 setelah asumsi klasik terpenuhi. Berikut tabel hasil analisisnya:

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.131	3.427		4.707	.000
	X1	.640	.077	.693	8.314	.000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana dengan rumus $Y=a+bx$, diperoleh persamaan $Y=16.131 + 0,640X$ artinya, setiap peningkatan satu unit pada variabel X (Konten *OOTD/Outfit Of The Day*) diprediksi akan meningkatkan variabel Y (Pola Gaya Hidup) sebesar 0,640 unit, dengan nilai awal sebesar 16.131. Hasil uji signifikansi memperlihatkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih rendah dari 0,05. Ini mengindikasikan adanya bukti statistik yang kuat bahwa variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

4. Pengujian hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen berpengaruh secara parsial pada variabel dependen. Jika nilai T_{hitung} melebihi T_{tabel} pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ maka, hipotesis alternatif (H_1) diterima, sementara hipotesis nol (H_0) ditolak. Jika

keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (sig), maka H0 ditolak dan H1 diterima apabila $\text{sig} < 0,05$ sebaliknya, jika $\text{sig} > 0,05$, maka H0 diterima dan H1 ditolak. Hasil analisis uji t (parsial) dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.131	3.427		4.707	.000		
	X1	.640	.077	.693	8.314	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

Tabel diatas menunjukkan nilai sig 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh terhadap variabel Y (pola gaya hidup).

Diketahui T_{hitung} bernilai 8.314, maka langkah berikutnya mencari nilai T_{tabel} dengan rumus $df = n - 2$, $df = 77 - 2 = 75$. Dengan hasil tersebut lihat di T_{tabel} dengan signifikan 5% yaitu sebesar 1.665 berdasarkan $T_{hitung} 8.314 > T_{tabel} 1.665$.

b. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel konten OOTD (*Outfit Of The Day*) berpengaruh terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah.

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693 ^a	.480	.473	4.798

a. Predictors: (Constant), Konten OOTD

Sumber: Data Penelitian tahun 2025 (SPSS 25)

Berdasarkan tabel diatas, nilai korelasi hubungan (R) tercatat sebesar 0,693, sehingga koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh adalah 0,480. Hal ini menunjukkan pengaruh variabel X, konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) memberikan pengaruh sebesar 48% terhadap variabel Y, pola gaya hidup. Artinya konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah.

D. Pembahasan

Dalam pembahasan hasil penelitian ini, peneliti akan menguraikan lebih lanjut hasil penelitian mengenai pengaruh konten *Outfit Of The Day* (*OOTD*) terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022. Berdasarkan data yang diperoleh dari 77 responden melalui kuesioner, pembahasan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana konten *OOTD* mempengaruhi aspek-aspek gaya hidup, termasuk frekuensi akses, inspirasi gaya, pencarian tren, dan interaksi sosial serta implikasi dari pengaruh tersebut terhadap keputusan

konsumsi *fashion* mahasiswi.

1. Pengaruh Konten *Outfit Of The Day* Terhadap Pola Gaya Hidup

Penelitian ini mengkaji pengaruh konten *OOTD* di *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022. Analisis korelasi menggunakan 12 butir pernyataan yang dikelompokkan ke dalam empat indikator yaitu frekuensi akses, interaksi sosial, inspirasi gaya, dan pencarian tren, pada 77 responden. Hasil analisis menunjukkan nilai korelasi (R) sebesar 0,693. Koefisien determinasi (R -squared) sebesar 0,480 artinya 48% variasi dalam pola gaya hidup mahasiswi dapat dijelaskan oleh pengaruh konten *OOTD* di *TikTok*. Sedangkan sisanya 52% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian ini.

Pengaruh konten *OOTD* terhadap pola gaya hidup mahasiswi terutama terlihat melalui tiga indikator utama yaitu, inspirasi gaya, pencarian tren, dan interaksi sosial. Inspirasi gaya merupakan proses dimana mahasiswi memahami dan menerima ide atau gaya berpakaian dari konten *OOTD* di *TikTok* yang kemudian mempengaruhi perilaku dan keputusan berpakaian mereka. Sebagian besar responden mengaku terpengaruh oleh konten *OOTD* dalam menentukan pilihan gaya berpakaian, menjadikan *TikTok* sebagai sumber utama referensi dan panduan untuk memperbarui gaya mereka.

Dalam hal pencarian tren, mahasiswi secara intensif menggunakan konten *OOTD* untuk memperoleh informasi tentang tren fashion terkini dengan mengikuti akun-akun fashion di platform tersebut. Konten *OOTD*

terbukti efektif sebagai sumber informasi yang relevan dan efisien untuk mengidentifikasi tren yang sedang populer.

Sedangkan interaksi sosial meliputi komunikasi dua arah antara pengguna dan konten *OOTD* di *TikTok*, seperti komentar, *like*, *share* dan interaksi lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *TikTok* tidak hanya berfungsi sebagai media informasi dan inspirasi, tetapi juga memfasilitasi interaksi sosial yang tinggi di antara responden. Mereka aktif berpartisipasi dalam berbagai aktivitas interaktif, seperti memberikan komentar, menyukai konten, berinteraksi dengan pengguna lain, dan membagikan konten *OOTD* ke platform media sosial lainnya.

Analisis data kuesioner mengungkapkan adanya dampak konten *Outfit Of The Day (OOTD)* di *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi. Temuan ini sejalan dengan interpretasi data yang telah diuraikan sebelumnya. Sebanyak 73% responden melaporkan peningkatan kepedulian terhadap penampilan setelah terpapar konten *OOTD*, dan 60% merasa puas ketika penampilan mereka selaras dengan tren yang mereka lihat di *TikTok*. Angka ini menunjukkan adanya pengaruh konten *OOTD* terhadap kepuasan dan kepedulian akan penampilan. Lebih lanjut, 76% responden mencari inspirasi *mix and match*, dan 69% bersemangat mencoba gaya baru berdasarkan konten *OOTD*. Hal ini menunjukkan bahwa konten *OOTD TikTok* tidak hanya meningkatkan kepedulian terhadap penampilan, melainkan juga menginspirasi kreativitas dan eksperimentasi dalam berpakaian. Meskipun 70% responden memilih

outfit berdasarkan konten *OOTD*, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pakaian, hijab, dan aksesoris juga signifikan, yaitu 64% responden yang setuju atau sangat setuju. Lebih lanjut, 55% responden menyatakan adanya peningkatan pengeluaran untuk fashion setelah terinspirasi oleh konten tersebut. Ini menunjukkan korelasi positif antara paparan konten *OOTD* dengan tingkat konsumsi fashion. Menariknya, pengaruh konten *OOTD* terhadap pembelian pakaian muslim spesifik (gamis, abaya, *khimar*, rok, tunik) relatif lebih rendah, yaitu hanya 46% responden yang menyatakan setuju atau sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa meskipun konten *OOTD* memengaruhi keputusan pembelian secara umum, pengaruhnya terhadap pembelian pakaian muslim spesifik kurang signifikan dibandingkan dengan tren fashion secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh konten *OOTD TikTok* terhadap gaya hidup mahasiswi, khususnya dalam hal kepuasan penampilan, eksperimentasi gaya, dan perilaku belanja. Meskipun konten *OOTD* secara umum memengaruhi pilihan busana, pengaruhnya terhadap pembelian pakaian muslim spesifik tampak lebih lemah. Hal ini sesuai dengan teori *Uses and Gratifications*, yang menjelaskan pemanfaatan media untuk memenuhi beragam kebutuhan, termasuk informasi dan inspirasi *fashion*. Meskipun konten *OOTD* di *TikTok* berhasil memenuhi kebutuhan ini, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami pengaruhnya terhadap pilihan busana yang lebih spesifik.

2. Interpretasi Hasil Analisis Statistik

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS 25, penelitian ini menguji pengaruh konten *OOTD* di *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi. Statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata skor variabel konten *OOTD* (X) dan pola gaya hidup (Y) relatif dekat sekitar, yaitu sekitar 44-45. Meskipun, terdapat perbedaan tingkat variasi skor di antara responden untuk kedua variabel tersebut. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan validitas model, hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi (p-value) yang lebih besar dari 0,05 untuk setiap variabel, sehingga asumsi normalitas dapat terpenuhi. Uji multikolinearitas, ditunjukkan oleh nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) sebesar 1,00 dan nilai *Tolerance* sebesar 1,00, mengindikasikan tidak adanya masalah multikolinearitas. Selain itu, uji heteroskedastisitas melalui scatterplot menunjukkan sebaran residual yang acak, menandakan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan regresi $Y=16.131 + 0,640X$ artinya, setiap peningkatan satu unit pada variabel Konten *OOTD* diprediksi akan meningkatkan Pola Gaya Hidup sebesar 0,640. Nilai koefisien regresi (B) sebesar 0.640 dengan signifikansi (p-value) 0.000 (lebih kecil dari 0.05), hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan konten *OOTD* terhadap pola gaya hidup mahasiswi. Nilai t sebesar 8.314 memperkuat signifikansi dan kekuatan pengaruh tersebut. Nilai R-square sebesar 0.480 mengindikasikan bahwa 48%

variasi pola gaya hidup mahasiswi dapat dijelaskan oleh variasi konten *OOTD* di *TikTok*. Dengan demikian, penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_1 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan konten *OOTD* di *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi. Namun demikian, terdapat 52% variasi dalam pola gaya hidup yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan variabel tambahan untuk meningkatkan kemampuan prediksi model.

3. Relevansi Teori *Uses and Gratification*

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis (H_1), bahwa konten *OOTD* di *TikTok* memiliki pengaruh signifikan terhadap pola gaya hidup responden. Temuan ini sejalan dengan teori *Uses and Gratification*, yang menjelaskan penggunaan media sebagai upaya pemenuhan kebutuhan individu. Responden memanfaatkan *TikTok*, khususnya konten *OOTD*, untuk mendapatkan informasi terkini tentang tren dan gaya (kebutuhan informasi), berinteraksi dalam komunitas online (interaksi sosial), dan mengekspresikan diri melalui pilihan fashion (identifikasi diri). Proporsi signifikan responden yang mengaku keputusan pembeliannya dipengaruhi oleh konten *OOTD* juga menegaskan peran *TikTok* dalam memenuhi kebutuhan hiburan dan stimulasi. Pengaruh ini terlihat jelas pada peningkatan kepuasan terhadap penampilan pribadi, penyesuaian gaya, serta konsumsi fashion yang lebih aktif, semuanya mencerminkan pemenuhan kebutuhan yang dijabarkan oleh teori *Uses and Gratification*.

Namun, hasil penelitian ini juga menimbulkan tantangan etis, terutama bagi muslimah. Standar kecantikan dan tren yang sering ditampilkan dalam konten *OOTD* dapat menciptakan tekanan sosial untuk mengikuti mode tertentu, yang berpotensi bertentangan dengan prinsip etika berpakaian Islami. Hal ini dapat menimbulkan dilema antara keinginan untuk tampil menarik dan tetap berpegang pada prinsip-prinsip agama, terutama dalam praktik penggunaan hijab yang dipengaruhi oleh tren *TikTok*, selain itu peningkatan konsumsi fashion akibat paparan konten *OOTD* juga menimbulkan kekhawatiran terkait konsumerisme berlebihan, yang bertentangan dengan nilai kesederhanaan dan kepedulian sosial dalam ajaran islam.

Penelitian ini memperkuat teori *Uses and Gratification* di era digital, dengan menunjukkan bahwa audiens secara aktif memilih dan menggunakan konten *OOTD* sebagai sumber informasi, inspirasi gaya, dan sarana membangun koneksi sosial dalam komunitas yang berbagi minat serupa. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa responden secara aktif memanfaatkan konten *OOTD* tidak hanya sebagai sumber informasi terpercaya tentang tren *fashion* dan inspirasi gaya, tetapi juga secara sadar memanfaatkan media tersebut untuk memenuhi kebutuhan personal, sosial, dan psikologis mereka.

4. Implikasi Lain Dari Hasil Penelitian Dengan Penelitian Sebelumnya

Bagian yang membedakan hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus serta tingkat kedalaman analisis terhadap

fenomena konten *OOTD* (*Outfit Of The Day*) di media sosial seperti *Tiktok*. Jika penelitian terdahulu seperti “Dampak Media Sosial *Tiktok* terhadap Gaya hidup” lebih menyoroti pengaruh media sosial *Tiktok* terhadap gaya hidup mahasiswa secara umum, maka penelitian ini memperluas dan memperdalam pemahaman dengan menyoroti secara spesifik bagaimana konten *OOTD* berperan dalam membentuk perilaku konsumsi dan preferensi fashion di kalangan pengguna media sosial.

Fenomena konten *OOTD* merupakan refleksi dari perubahan tren budaya visual dan menjadi dokumentasi *real-time* atas tren *fashion* yang sedang berkembang. Dengan demikian, penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya dengan memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai bagaimana konten visual, khususnya *OOTD*, mampu mempercepat siklus tren *fashion* dan memengaruhi keputusan konsumen secara signifikan di era digital.

Hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi pelaku industri *fashion* dalam merancang strategi pemasaran yang lebih relevan dengan tren yang sedang berkembang di media sosial. Selain itu, temuan ini dapat dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya terkait aspek-aspek lain dari fenomena *OOTD*, seperti pengaruhnya terhadap dinamika komunitas digital di media sosial, serta isu etika dan dampak sosial dari konten *OOTD*.

BAB V

PENUTUP

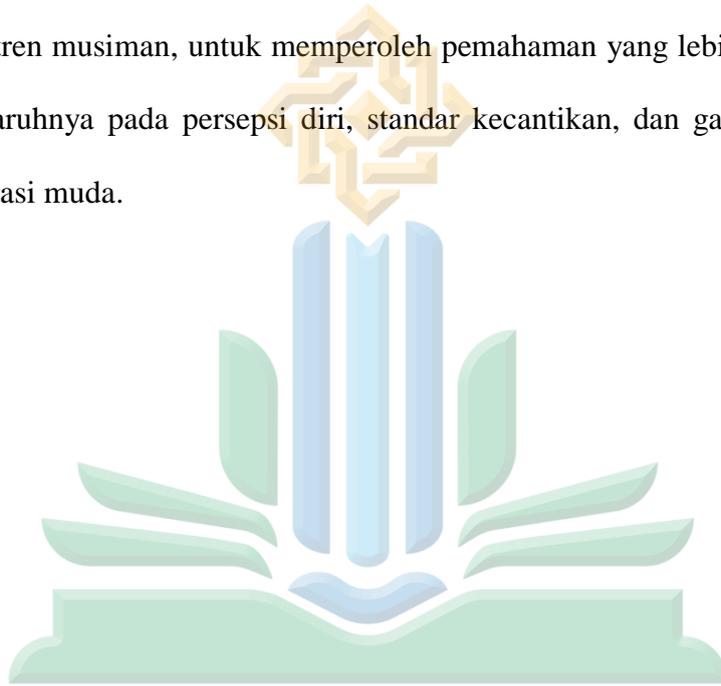
A. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa konten *OOTD (Outfit of The Day)* di media sosial *TikTok* berpengaruh terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022. Dengan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 77 responden, hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,480, artinya 48% variasi gaya hidup mahasiswi dapat dijelaskan oleh paparan konten *OOTD*. Nilai *T*hitung sebesar 8,314 dan signifikansi 0,000 ($<0,05$) mengindikasikan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara konten *OOTD* di *TikTok* terhadap pola gaya hidup mahasiswi.

Pola gaya hidup ini dianalisis melalui empat indikator utama: kepuasan terhadap penampilan, penyesuaian penampilan, perubahan gaya, dan pola konsumsi fashion. Mahasiswi yang aktif mengakses konten *OOTD* cenderung menunjukkan peningkatan dalam menyesuaikan penampilan dengan tren, eksplorasi gaya berpakaian, dan konsumsi fashion sebagai bentuk ekspresi diri serta eksistensi digital. Namun, 52% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian seperti nilai keagamaan, lingkungan sosial, budaya, dan keluarga.

B. Saran

Diperlukan edukasi literasi digital yang menekankan pentingnya konsumsi bijak serta kesadaran terhadap dampak media sosial pada identitas diri. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus pada jenis konten *OOTD* secara lebih spesifik misalnya *OOTD* muslimah, *OOTD* ke kampus, atau tren musiman, untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruhnya pada persepsi diri, standar kecantikan, dan gaya hidup digital generasi muda.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Ranti Tri. Fauzan Heru Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja" Gadjah Mada Journal Of Psychology Vol 3, No. 3, 2017.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia(APJII) tahun 2022
- CNN Indonseia
- Damayanti, Adelia Regina. Linda Anjarsari, Namira Anjani, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar" Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial Vol.2 No.3 (November 2022)
<https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/329>
- Data Indonesia ID (@dataindonesiaid) "8 negara dengan pengguna tiktok terbesardidunia"<https://www.instagram.com/p/C9cYtTkVbjk/?igsh=eG5zeXJpNzVqbTl1>
- Dilihatya.com. "Pengertian Pengaruh Menurut Para Ahli" 13 September 2014.
<https://dilihatya.com/2236/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli>
- Fauzi,Mochamad Adam. Reni Nuraeni, "Pengelolaan Kesan Mahasiswa Pengguna OOTD STYLEDI Instagram (Studi Dramaturgi Pada Mahasiswa Pengguna Foto OOTD Di Akun @ootdupi) Jurnal Liski Vol. 3 No. 2 2017.
- Ginee Indonesia (@ginee-idn) "Produk yang paling banyak dibeli di e-commerce VS toko fisik" 11 Mei 2023
<https://www.instagram.com/p/CsGKDPxPtft/?igsh=MWJ0MTV4M2Z3a2t6aQ==>
- Imanulloh, Tsaqif Al Adzin. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Siswa Di Masa Pandemi Covid-19". (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023).
- Iqbal, Mansur "Statistik Pendapatan dan Penggunaan Tiktok 2024" Business of Apps. diakses pada 23 Desember 2024.
- Jefani, Kerina. "Tren OOTD di Sosial Media: Representasi Gaya Hidup Konsumtif Generasi muda", diakses pada 14 Desember 2024,
<https://www.gentaandalas.com/2022/06/29/tren-ootd-di-sosial-media-representasi-gaya-hidup-konsumtif-generasi-muda/>
- Juwita, Elsa Puji. Dasim Budimansyah, Siti Nurbayan, "Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa Sma Negeri 5 Bandung" Jurnal Societas Vol.5 No.1

- Karunia, Hans. Nauvaliana Ashri, Irwansyah, "Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi pada Teori Uses and Gratification" *Jurnal Teknologi dan Informasi* Vol.3 No.1 (Januari 2021): 95.
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019 Juz 1-10*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 208.
- Malimbe, Armylia. Fonny Waani, Evie A.A. Suwu, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado" *Jurnal Ilmiah Society* Vol.1 No.1 (2021)
- Mundir, *STATISTIK PENDIDIKAN*, (Jember: STAIN Jember Press, 2012), 5
- Nugroho, Pramudia. Rummyeni, "Pengaruh Terpaan Konten Video #OOTD Di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau", *Jurnal Communications* Vol.6,no.1(Juli 2023).
<https://doi.org/10.21009/communications.6.1.3>.
- Panggabean, Andreas Daniel. "Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024" *Radio Republik Indonesia* diakses pada 6 Februari 2025 <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>
- Putri,Citra Sugianto. "Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli" *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol.1 No.5 (Desember 2016):595.
- "*Pedoman penulisan Karya Ilmiah UIN KHAS Jember*" (2021) 41.
- Rahma, Ainun Jariah. "Exposure Konten Outfit Of The Day Terhadap Perilaku Imitasi Fashion Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Parepare" (Skripsi, IAIN Parepare, 2024).
- Raharjo, Sahid "Cara Uji normal probability plot dalam model regresi dengan SPSS". *SPSS Indonesia*. Diakses pada 26 April 2025.
<https://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html>.
- Riduwan, M.B.A, *Pengantar Statistika Sosial* (Bandung: Alfabeta, 2012), 43.
- Rosanti, Devi Metta,dkk. "Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa STABN Raden Wijaya Wonogiri (Studi Kasus Mahasiswa STABN Raden Wijaya Wonogiri Angkatan 2019)" Jawa Tengah, 2023.
- Sari, Putri Indah; Vivi Mauliza; Rahmanita Ginting. "*OOTD* Sebagai Bentuk Komunikasi Visual dalam Membangun Self Branding di Era Digital"

Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), Vol. 7 No.1 (Januari, 2025)

Sinaga, Siti Cholilah Mailin. “Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup Dan Pola Pikir Masyarakat Di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas” Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan Vol. 17 No.5 (September-Oktober 2023) <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam>

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).

Sujarweni, Wiratna. *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2023)

Susilawati, Rini. “Pengaruh Konsep Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dan Tingkat Pendapatan Pada Masa Sebelum, Awal dan New Normal Pandemi (Studi Komparasi pada Café-Café di Minggir Yogyakarta)” Jurnal solusi Vol.15 No.2 2020.

Syarafa, Dhimas Abdillah; Lisa Adhrianti; Eka Vuspa Sari. "Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu" Jurnal Kaganga, Vol.4 No. 2, (Agustus 2020)

Tempo Institute. “Mengenal Gaya Hidup dan Apa Yang Membuatnya Menarik Untuk Ditulis”, (blog). 14 Januari 2022.

Utomo,Dwi. Agus Psetyanta, “Analisis Pengaruh Variabel Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Steak Di Star Steak Boyolali” Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Immanuel Yogyakarta, 23.

We Are Social “Data Digital Indonesia 2024”, Januari (2024).

Zahra, Juliananda Rezita. “Pengaruh Konten Tiktok Spill Outfit Terhadap Gaya Hidup Generasi Z” (Skripsi, Universitas Gunadarma, 2024).

Zahriyah, Aminatuz Suprianik, dkk, *EKONOMETRIKA Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jawatimur: Mandala Press), 70

Lampiran 1

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Mutmainnah
NIM : 212103010040
Program studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudia hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 6 Mei 2025

Saya yang menyatakan,



Nurul Mutmainnah

NIM 212103010040

Lampiran 2

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH	HIPOTESIS
Pengaruh Konten <i>OOTD (Outfit Of The Day)</i> Di Media Sosial <i>TikTok</i> Terhadap Pola Gaya Hidup Mahasiswi Fakultas Dakwah Angkatan 2022	1. Konten <i>OOTD (X)</i>	Indikator variabel x: 1. Frekuensi akses 2. Interaksi sosial 3. Inspirasi gaya 4. Pencarian tren	Data primer: Kuesioner melalui <i>google form</i> yang disebarakan secara online melalui WhatsApp, Instagram	1. Pendekatan penelitian: Kuantitatif 2. Jenis penelitian: Survei 3. Lokasi penelitian: Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 4. Populasi: Mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022 (327 mahasiswi) 5. Sampel: simple random sampling-rumus	Bagaimana pengaruh konten <i>OOTD (Outfit Of The Day)</i> di media sosial <i>TikTok</i> terhadap pola gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah angkatan 2022	H0: Tidak terdapat pengaruh antara konten <i>OOTD (Outfit Of The Day)</i> di media sosial <i>TikTok</i> terhadap pola gaya hidup mahasiswi. H1: Terdapat pengaruh antara konten <i>OOTD (Outfit Of The Day)</i> di media sosial <i>TikTok</i> terhadap pola

				proporsional, dari hasil perhitungan tersebut		gaya hidup mahasiswi.
	2.Pola Gaya Hidup (Y)	Indikator variabel y: 1. Kepuasan penampilan 2. Penyesuaian penampilan 3. Perubahan gaya 4. Konsumsi <i>fashion</i>	Data sekunder: 1. Buku 2. Jurnal 3. Internet	responden dalam penelitian ini sebanyak 77 orang. 6. Metode pengumpulan data: Kuesioner dan Dokumentasi 7. Analisis data: a. analisis deskriptif b. uji asumsi klasik c. analisis inferensial; parametrik		

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Lampiran 3 Kuesioner

A. Kuesioner variabel X (Konten *Outfit Of The Day*)

Silahkan pilih salah satu kalimat alternatif yang menggambarkan perasaan atau pengalaman anda dengan memberi tanda (\checkmark) pada kolom dibawah ini.

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering menggunakan aplikasi <i>TikTok</i>					
2	Saya mengakses konten <i>Outfit Of The Day</i> di Tiktok					
3	Saya sering mengakses berbagai konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>					
4	Saya sering mengomentari atau like konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>					
5	Saya berinteraksi dengan pengguna lain di <i>TikTok</i>					
6	Saya membagikan konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i> ke media sosial lain					
7	Konten <i>Outfit Of The Day</i> di TikT <i>TikTok</i> ok mempengaruhi gaya berpakaian seseorang					
8	<i>TikTok</i> menjadi sumber inspirasi saya dalam memilih gaya berpakaian					
9	Konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i> disimpan sebagai referensi untuk memperbarui gaya berpakaian					
10	Saya mencari informasi tentang tren <i>fashion</i> muslim (seperti gamis, abaya, khimar, rok, tunik) di konten <i>OOTD TikTok</i>					
11	Saya mengikuti akun-akun <i>fashion</i> untuk mendapatkan informasi terbaru					
12	Konten <i>OOTD</i> di <i>TikTok</i> membantu saya mengetahui tren <i>fashion</i> yang sedang populer					

B. Kuesioner variabel Y (Pola Gaya Hidup)

Silahkan pilih salah satu kalimat alternatif yang menggambarkan perasaan atau pengalaman anda dengan memberi tanda (√) pada kolom dibawah ini.

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu mengikuti perkembangan <i>fashion</i> agar tetap selalu percaya diri					
2	Setelah menonton konten <i>Outfit Of The Day</i> saya merasa lebih peduli dengan penampilan saya					
3	Saya merasa puas jika berpenampilan menarik sesuai dengan konten <i>Outfit Of The Day</i>					
4	Saya memilih outfit berdasarkan acara karena terpengaruh oleh konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>					
5	Saya mencari inspirasi <i>mix and match</i> pakaian di <i>TikTok</i>					
6	Konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i> membuat saya ingin mencoba gaya berpakaian yang baru					
7	Konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i> mempengaruhi gaya berpakaian seseorang					
8	Saya mulai mengikuti tren fashion setelah terinspirasi dari konten <i>Outfit Of The Day</i> di <i>TikTok</i>					
9	Mencoba <i>mix and match</i> pakaian berdasarkan inspirasi dari konten <i>Outfit Of The Day</i>					
10	Saya sering membeli pakaian muslim (seperti gamis, abaya, khimar, rok, tunik) karena terinspirasi oleh konten <i>OOTD TikTok</i>					
11	Konten <i>OOTD</i> di <i>TikTok</i> mempengaruhi keputusan saya dalam berbelanja pakaian, hijab, dan aksesoris					

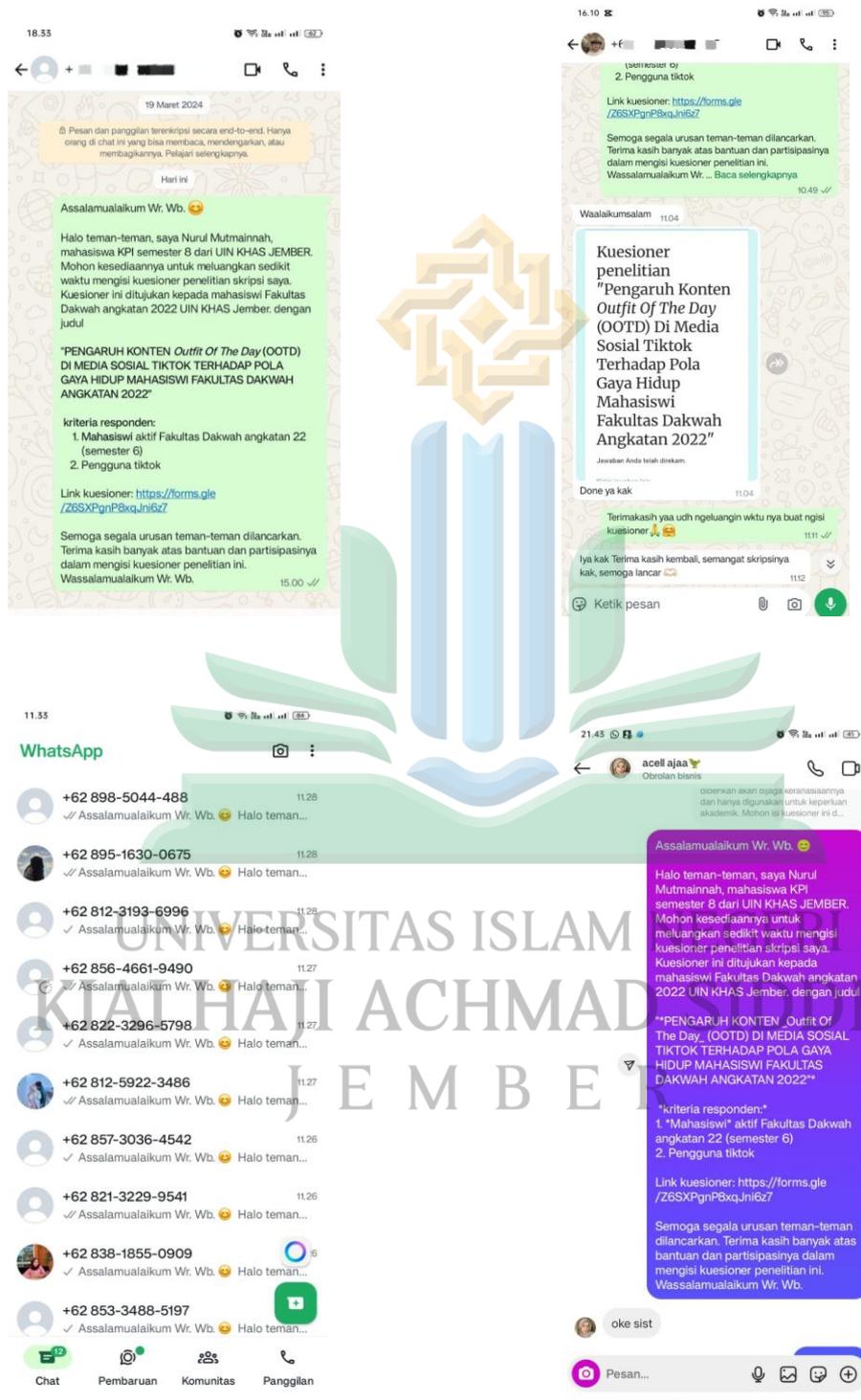
12	Saya meningkatkan pengeluaran untuk membeli pakaian, hijab, dan aksesoris setelah terinspirasi dari konten <i>OOTD</i> di <i>TikTok</i>					
----	---	--	--	--	--	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

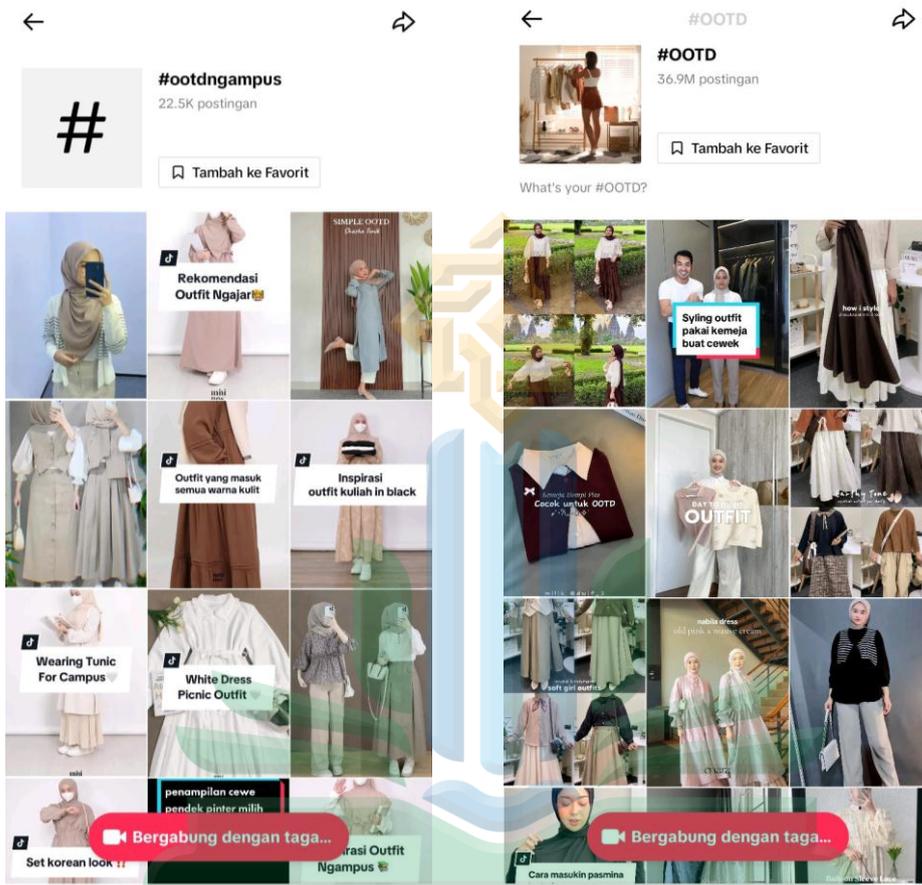
Lampiran 4

Dokumentasi penyebaran kuesioner



Lampiran 5

gambar konten *OOTD (Outfit Of The Day)* di media sosial *TikTok*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 6 Hasil uji validitas variabel X

		X1	X2	X3	X4	X5	X6
X1	Pearson Correlation	1	.550**	.459**	.260*	.081	-.052
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.023	.485	.652
	N	77	77	77	77	77	77
X2	Pearson Correlation	.550**	1	.632**	.536**	.000	.277*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	1.000	.015
	N	77	77	77	77	77	77
X3	Pearson Correlation	.459**	.632**	1	.493**	-.195	.110
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.089	.339
	N	77	77	77	77	77	77
X4	Pearson Correlation	.260*	.536**	.493**	1	.139	.351**
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.000		.229	.002
	N	77	77	77	77	77	77
X5	Pearson Correlation	.081	.000	-.195	.139	1	.323**
	Sig. (2-tailed)	.485	1.000	.089	.229		.004
	N	77	77	77	77	77	77
X6	Pearson Correlation	-.052	.277*	.110	.351**	.323**	1
	Sig. (2-tailed)	.652	.015	.339	.002	.004	
	N	77	77	77	77	77	77
X7	Pearson Correlation	.364**	.371**	.186	.390**	.209	.376**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.105	.000	.069	.001
	N	77	77	77	77	77	77
X8	Pearson Correlation	.458**	.411**	.380**	.342**	.043	.067
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.002	.709	.561
	N	77	77	77	77	77	77
X9	Pearson Correlation	.543**	.404**	.319**	.210	.002	-.030
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.067	.984	.797
	N	77	77	77	77	77	77
X10	Pearson Correlation	.415**	.559**	.527**	.498**	.098	.471**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.394	.000
	N	77	77	77	77	77	77
X11	Pearson Correlation	.262*	.321**	.299**	.221	.080	.140
	Sig. (2-tailed)	.022	.004	.008	.054	.487	.223
	N	77	77	77	77	77	77

		X7	X8	X9	X10	X11	X12
X1	Pearson Correlation	.364**	.458**	.543**	.415**	.262*	.411**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.022	.000
	N	77	77	77	77	77	77
X2	Pearson Correlation	.371**	.411**	.404**	.559**	.321**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.004	.000
	N	77	77	77	77	77	77
X3	Pearson Correlation	.186	.380**	.319**	.527**	.299**	.318**
	Sig. (2-tailed)	.105	.001	.005	.000	.008	.005
	N	77	77	77	77	77	77
X4	Pearson Correlation	.390**	.342**	.210	.498**	.221	.417**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.067	.000	.054	.000
	N	77	77	77	77	77	77
X5	Pearson Correlation	.209	.043	.002	.098	.080	.227*
	Sig. (2-tailed)	.069	.709	.984	.394	.487	.047
	N	77	77	77	77	77	77
X6	Pearson Correlation	.376**	.067	-.030	.471**	.140	.356**
	Sig. (2-tailed)	.001	.561	.797	.000	.223	.001
	N	77	77	77	77	77	77
X7	Pearson Correlation	1	.363**	.426**	.604**	.220	.579**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.055	.000
	N	77	77	77	77	77	77
X8	Pearson Correlation	.363**	1	.618**	.516**	.308**	.559**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.006	.000
	N	77	77	77	77	77	77
X9	Pearson Correlation	.426**	.618**	1	.478**	.458**	.508**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
X10	Pearson Correlation	.604**	.516**	.478**	1	.413**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
X11	Pearson Correlation	.220	.308**	.458**	.413**	1	.278*
	Sig. (2-tailed)	.055	.006	.000	.000		.014
	N	77	77	77	77	77	77

TOTALX

X1	Pearson Correlation	.605**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X2	Pearson Correlation	.738**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X3	Pearson Correlation	.595**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X4	Pearson Correlation	.646**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X5	Pearson Correlation	.271*					
	Sig. (2-tailed)	.017					
	N	77					
X6	Pearson Correlation	.481**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X7	Pearson Correlation	.679**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X8	Pearson Correlation	.667**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X9	Pearson Correlation	.649**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X10	Pearson Correlation	.844**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X11	Pearson Correlation	.538**					
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	77					
X12	Pearson Correlation	X1	X2	X3	X4	X5	X6
	Sig. (2-tailed)	.411**	.553**	.318**	.417**	.227*	.356**
	N	77	77	77	77	77	77

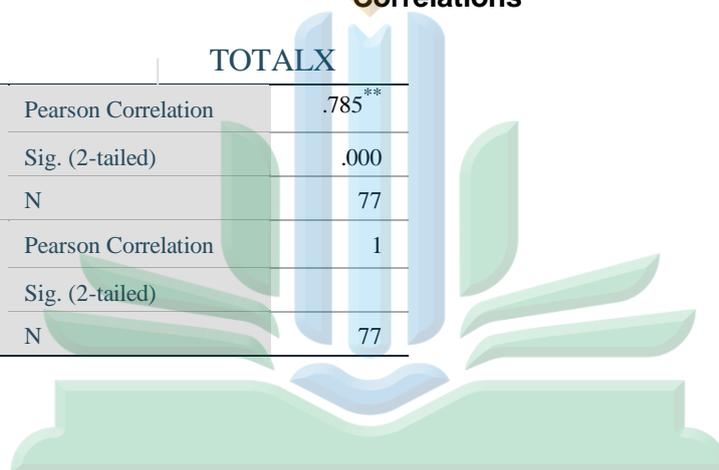
TOTALX	Pearson Correlation	.605**	.738**	.595**	.646**	.271*	.481**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.017	.000
	N	77	77	77	77	77	77

Correlations

		X7	X8	X9	X10	X11	X12
X12	Pearson Correlation	.579**	.559**	.508**	.667**	.278*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.014	
	N	77	77	77	77	77	77
TOTALX	Pearson Correlation	.679**	.667**	.649**	.844**	.538**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77

Correlations

		TOTALX
X12	Pearson Correlation	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
TOTALX	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	77



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 7 Hasil uji validitas variabel Y

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation	1	.574**	.548**	.495**	.430**	.502**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y2	Pearson Correlation	.574**	1	.553**	.597**	.563**	.496**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y3	Pearson Correlation	.548**	.553**	1	.553**	.366**	.310**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.006
	N	77	77	77	77	77	77
Y4	Pearson Correlation	.495**	.597**	.553**	1	.640**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y5	Pearson Correlation	.430**	.563**	.366**	.640**	1	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y6	Pearson Correlation	.502**	.496**	.310**	.409**	.588**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000	.000	
	N	77	77	77	77	77	77
Y7	Pearson Correlation	.364**	.628**	.422**	.428**	.516**	.322**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.004
	N	77	77	77	77	77	77
Y8	Pearson Correlation	.552**	.557**	.571**	.545**	.357**	.532**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y9	Pearson Correlation	.437**	.623**	.446**	.591**	.609**	.489**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y10	Pearson Correlation	.547**	.446**	.323**	.561**	.429**	.378**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.001
	N	77	77	77	77	77	77
Y11	Pearson Correlation	.544**	.678**	.585**	.651**	.642**	.496**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77

		Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
Y1	Pearson Correlation	.364**	.552**	.437**	.547**	.544**	.494**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y2	Pearson Correlation	.628**	.557**	.623**	.446**	.678**	.435**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y3	Pearson Correlation	.422**	.571**	.446**	.323**	.585**	.372**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.001
	N	77	77	77	77	77	77
Y4	Pearson Correlation	.428**	.545**	.591**	.561**	.651**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y5	Pearson Correlation	.516**	.357**	.609**	.429**	.642**	.509**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y6	Pearson Correlation	.322**	.532**	.489**	.378**	.496**	.311**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.001	.000	.006
	N	77	77	77	77	77	77
Y7	Pearson Correlation	1	.414**	.519**	.276*	.451**	.263*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.015	.000	.021
	N	77	77	77	77	77	77
Y8	Pearson Correlation	.414**	1	.494**	.425**	.557**	.406**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y9	Pearson Correlation	.519**	.494**	1	.396**	.499**	.494**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y10	Pearson Correlation	.276*	.425**	.396**	1	.652**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000		.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77
Y11	Pearson Correlation	.451**	.557**	.499**	.652**	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	77	77	77	77	77	77

TOTALY		
Y1	Pearson Correlation	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y2	Pearson Correlation	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y3	Pearson Correlation	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y4	Pearson Correlation	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y5	Pearson Correlation	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y6	Pearson Correlation	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y7	Pearson Correlation	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y8	Pearson Correlation	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y9	Pearson Correlation	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y10	Pearson Correlation	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
Y11	Pearson Correlation	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y12	Pearson Correlation	.494**	.435**	.372**	.634**	.509**	.311**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.006
	N	77	77	77	77	77	77

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

TOTAL Y	Pearson Correlation	.731**	.801**	.680**	.817**	.756**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77

Correlations

		Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
Y12	Pearson Correlation	.263*	.406**	.494**	.703**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000	.000	.000	
	N	77	77	77	77	77	77
TOTAL Y	Pearson Correlation	.612**	.716**	.740**	.709**	.855**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77

Correlations

		TOTALY
Y12	Pearson Correlation	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	77
TOTALY	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	77

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 8

Hasil uji reliabilitas variabel X

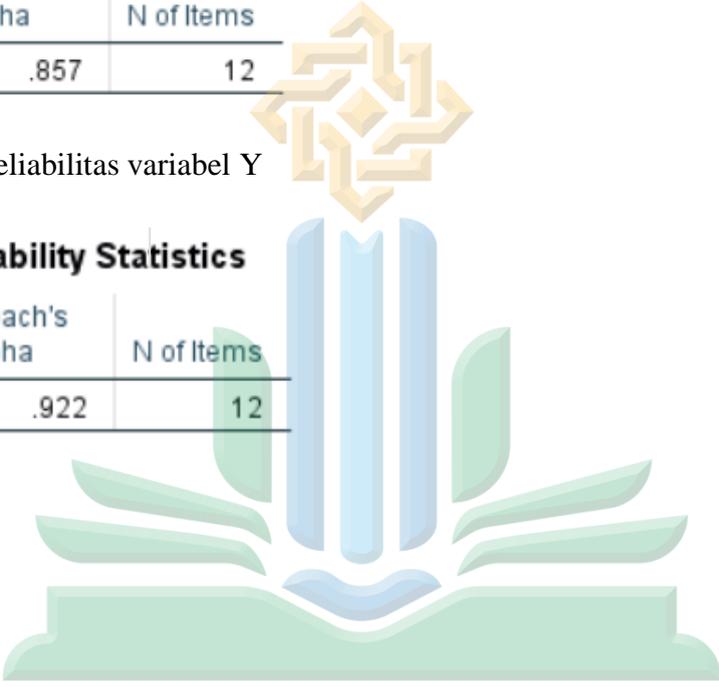
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	12

Hasil uji reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	12



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 9

Surat keterangan penelitian

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136
email : fakultasdakwah@uinikas.ac.id website: <http://fdakwah.uinikas.ac.id/>




Nomor : B. 6328 /Un.22/D.3.WD.1/PP.00.9/ 11 /2024 16 Desember 2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.
Pimpinan Fakultas Dakwah

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Nurul Mutmainnah
NIM : 212103010040
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : VII (tujuh)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama ± 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Pengaruh Konten OOTD (Outfit Of The Day) di Media Sosial Tiktok Terhadap Pola Gaya Hidup Mahasiswi Fakultas Dakwah Angkatan 2022"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,


Mubbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



BIODATA PENULIS



A. Biodata Penulis

Nama : Nurul Mutmainnah
NIM : 212103010040
Tempat/ Tanggal Lahir : Jember, 19 Juli 2003
Alamat : Jl. Imam Sukarto Balet Baru Sukowono Jember
Fakultas/ Prodi : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
No. Telepon : 085257623415
Email : nurulmutmain08@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK As'adiyah
2. SD Negeri Balet Baru 02
3. SMP Maqna'ul Ulum
4. SMK Maqna'ul Ulum
5. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember