

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Gaya Hidup Gen Z (Studi Survei pada Mahasiswa UBSI Ciputat Tahun Angkatan 2025)

Silvia Leonita Sari^{1*}, Ikbal Rachmat²

¹²Universitas Esa Unggul, Indonesia

*silvialeonitasari@gmail.com

Abstract

This research is motivated by the massive use of Instagram social media among Generation Z which has triggered a shift in behavioral patterns and social identity. This phenomenon is very visible in students who make this visual platform a mecca for modern trends. The problem formulation in this study is the extent to which the use of Instagram social media influences changes in the lifestyle of UBSI Ciputat students in the class of 2025. This study uses the Uses and Gratifications theory as a foundation to dissect how active audiences choose media to fulfill their gratification needs. The research method used is quantitative with a survey study approach. Data were collected through questionnaires distributed to 82 respondents with a specific sampling technique. The data analysis technique used is simple linear regression to test the influence between variables. The results of the study indicate that there is a positive and significant influence between Instagram use and the lifestyle of Gen Z. This is evidenced by the calculated t-value of 9.811 (> t-table 1.990) and a significance value <0.001. The coefficient of determination (R Square) of 0.546 indicates that Instagram usage contributes 54.6% to changes in students' lifestyles, while other factors contribute the remaining 45.4%. In conclusion, Instagram plays a dominant role in shaping digital lifestyle standards for students in academic settings.

Keywords: Instagram, Lifestyle, Generation Z, Students, Uses and Gratifications.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masifnya penggunaan media sosial Instagram di kalangan Generasi Z yang memicu pergeseran pola perilaku dan identitas sosial. Fenomena ini sangat terlihat pada mahasiswa yang menjadikan platform visual tersebut sebagai kiblat tren modern. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan gaya hidup mahasiswa UBSI Ciputat tahun angkatan 2025. Penelitian ini menggunakan landasan teori Uses and Gratifications untuk membedah bagaimana khalayak aktif memilih media demi memenuhi kebutuhan gratifikasinya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan studi survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 82 responden dengan teknik pengambilan sampel tertentu. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan Instagram terhadap gaya hidup Gen Z. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 9,811 (> t-tabel 1,990) dan nilai signifikansi < 0,001. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,546 menunjukkan bahwa variabel penggunaan Instagram berkontribusi sebesar 54,6% terhadap perubahan gaya hidup mahasiswa, sementara 45,4% sisanya dipengaruhi faktor lain. Kesimpulannya, Instagram berperan sebagai agen perubahan yang dominan dalam mengonstruksi standar gaya hidup digital bagi mahasiswa di lingkungan akademik.

Kata kunci: Instagram, Gaya Hidup, Generasi Z, Mahasiswa, *Uses and Gratification*.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital kontemporer telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam pola komunikasi, interaksi sosial, dan pembentukan identitas individu. Media sosial kini tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial baru yang menghubungkan realitas virtual dengan kehidupan nyata. Platform digital memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri, membangun relasi sosial, serta membentuk citra diri melalui berbagai bentuk konten visual maupun tekstual. Transformasi ini menandai munculnya masyarakat digital yang menjadikan media sosial sebagai bagian integral dari aktivitas sehari-hari (Kaplan & Haenlein, 2010; Van Dijk, 2020).

Fenomena penggunaan internet dan media sosial di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2025 mencapai sekitar 80,66% dari total populasi atau sekitar 229,4 juta pengguna. Tingginya angka ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi kebutuhan utama masyarakat dalam mengakses informasi, berkomunikasi, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas digital. Pengguna internet terbesar berasal dari kelompok usia muda, khususnya Generasi Z yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan teknologi digital sehingga sering disebut sebagai *digital native* (APJII, 2025; Prensky, 2001).

Generasi Z memiliki karakteristik yang sangat dekat dengan teknologi digital dan media sosial. Mereka cenderung menggunakan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun identitas diri, mencari hiburan, serta mengikuti berbagai tren sosial yang berkembang di dunia maya. Salah satu platform yang memiliki pengaruh besar terhadap generasi ini adalah Instagram. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, Instagram berkembang menjadi platform berbasis visual yang memungkinkan pengguna berbagi foto, video, dan berbagai bentuk konten kreatif melalui fitur seperti *feeds*, *stories*, *reels*, dan *explore*. Fitur-fitur tersebut menjadikan Instagram sebagai media yang sangat efektif dalam membentuk persepsi sosial, tren budaya populer, serta gaya hidup penggunanya (Sheldon & Bryant, 2016; Djafarova & Rushworth, 2017).

Masifnya penggunaan Instagram di kalangan Generasi Z juga memunculkan fenomena perubahan gaya hidup digital atau *e-lifestyle*. Gaya hidup dalam masyarakat modern tidak lagi sekadar berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi telah berkembang menjadi konstruksi sosial yang mencerminkan identitas, status, serta aspirasi individu dalam lingkungan sosialnya. Media sosial berperan penting dalam membentuk standar gaya hidup baru yang sering kali berorientasi pada citra visual, popularitas, dan pengakuan sosial. Dalam konteks mahasiswa, Instagram sering menjadi referensi utama dalam mengikuti tren gaya

berpakaian, pilihan tempat hiburan, hingga cara berinteraksi dengan lingkungan sosial (Chan et al., 2012; Smith & Anderson, 2018).

Fenomena tersebut juga berkaitan dengan munculnya perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kondisi psikologis ketika individu merasa khawatir tertinggal dari pengalaman sosial yang dialami orang lain. FOMO mendorong pengguna media sosial untuk terus terhubung dengan platform digital agar tetap mengikuti tren dan aktivitas yang dianggap populer di lingkungannya. Kondisi ini berpotensi memengaruhi pola konsumsi, gaya hidup, serta persepsi individu terhadap realitas sosial yang sering kali dibentuk melalui representasi visual di media sosial (Przybylski et al., 2013; Alt, 2015).

Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa audiens bukanlah pihak yang pasif dalam menggunakan media, melainkan individu yang secara aktif memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosialnya. Teori ini menekankan bahwa penggunaan media dipengaruhi oleh motivasi individu seperti kebutuhan informasi, hiburan, interaksi sosial, hingga pembentukan identitas diri (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974; Ruggiero, 2000). Dalam konteks media sosial, teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk memperoleh gratifikasi tertentu yang kemudian berkontribusi terhadap pembentukan gaya hidup mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) Ciputat angkatan 2025 sebagai representasi Generasi Z yang memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Mahasiswa pada kelompok usia ini berada pada fase perkembangan identitas sosial yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan digital, sehingga menarik untuk dianalisis bagaimana penggunaan Instagram dapat memengaruhi perubahan gaya hidup mereka.

Urgensi penelitian ini terletak pada semakin kuatnya pengaruh media sosial terhadap pola perilaku generasi muda, khususnya dalam membentuk standar gaya hidup berbasis visual yang sering kali memicu perilaku konsumtif serta fenomena *Fear of Missing Out*. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi digital dengan memperkuat penerapan teori *Uses and Gratifications* dalam konteks media sosial kontemporer. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi institusi pendidikan dalam mengembangkan program literasi digital yang lebih kritis dan reflektif bagi mahasiswa, sekaligus memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pola perilaku digital Generasi Z di era media sosial.

Tinjauan Pustaka

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Siregar et al. (2024) mengenai *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Gaya Hidup Gen Z di Kota Tangerang* menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan gaya hidup Generasi Z. Dalam penelitian tersebut dijelaskan

bahwa berbagai fitur visual yang dimiliki Instagram, seperti foto, video, story, dan reels, menjadi faktor penting yang mendorong perubahan pola perilaku sehari-hari serta cara individu berinteraksi secara sosial. Generasi Z cenderung menjadikan Instagram sebagai ruang untuk mengekspresikan identitas diri, mengikuti tren gaya hidup, serta membangun citra sosial di lingkungan digital. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai medium yang membentuk preferensi gaya hidup dan pola interaksi sosial generasi muda.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Khansa dan Putri (2022) dengan judul *Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja* menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang kuat terhadap perubahan gaya hidup remaja. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara durasi serta frekuensi menonton konten video pendek dengan perubahan pola perilaku dan gaya hidup remaja. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji statistik yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial mampu mempengaruhi cara berpikir, pola konsumsi, serta preferensi gaya hidup remaja melalui konten visual yang menarik dan mudah diakses.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Titania (2024) tentang *Pengaruh Konten Instagram dan Kredibilitas Beauty Influencer Nanda Arsyinta Terhadap Gaya Hidup Remaja* menemukan bahwa kredibilitas seorang influencer di media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk tren kecantikan dan gaya hidup para pengikutnya. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kepercayaan pengikut terhadap influencer dapat meningkatkan tingkat penerimaan terhadap pesan yang disampaikan, baik dalam bentuk rekomendasi produk, gaya berpakaian, maupun tren kecantikan tertentu. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel konten Instagram dan kredibilitas influencer berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap gaya hidup remaja. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga memiliki peran sebagai agen pembentuk tren dan gaya hidup di kalangan generasi muda.

B. Teori Uses and Gratification

Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratification yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch sebagai landasan teoritis utama. Teori ini memandang bahwa khalayak merupakan individu yang aktif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Berbeda dengan teori komunikasi massa tradisional yang melihat audiens sebagai pihak yang pasif, teori Uses and Gratification menekankan bahwa individu memiliki kontrol terhadap media yang mereka konsumsi. Pengguna media secara sadar memilih jenis media yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan mereka, seperti kebutuhan informasi, hiburan, identitas personal, serta integrasi sosial. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk memperoleh informasi, mengekspresikan diri, menjalin hubungan sosial, serta mengikuti tren gaya hidup yang berkembang di lingkungan digital.

Teori Uses and Gratification memiliki beberapa asumsi dasar yang menjadi inti dari gagasan teori tersebut. Pertama, khalayak dianggap sebagai individu yang aktif dan memiliki tujuan tertentu dalam menggunakan media. Artinya, penggunaan media tidak terjadi secara kebetulan, tetapi didorong oleh motif dan kebutuhan tertentu. Kedua, inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan dengan pilihan media berada pada individu pengguna media itu sendiri. Ketiga, media bersaing dengan berbagai sumber lain dalam memenuhi kebutuhan khalayak, seperti interaksi langsung dengan teman, keluarga, maupun aktivitas sosial lainnya. Keempat, individu pada umumnya memiliki kesadaran diri yang cukup mengenai penggunaan media mereka, termasuk minat, motif, dan tujuan penggunaan media tersebut. Terakhir, penilaian mengenai hubungan antara kebutuhan individu dan penggunaan media sebaiknya ditunda hingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam melalui penelitian. Dengan demikian, teori ini membantu menjelaskan bagaimana intensitas penggunaan Instagram dapat berkaitan dengan pembentukan gaya hidup mahasiswa Generasi Z.

C. Teori Interaksionisme Simbolik

Selain teori Uses and Gratification, penelitian ini juga menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik sebagai landasan teoritis untuk memahami bagaimana interaksi sosial dalam media digital dapat membentuk makna dan perilaku individu. Teori ini menjelaskan bahwa manusia membangun makna melalui proses interaksi sosial yang melibatkan simbol-simbol tertentu, seperti bahasa, ekspresi wajah, gestur tubuh, maupun tanda-tanda komunikasi lainnya. Dalam konteks media sosial seperti Instagram, simbol-simbol tersebut muncul dalam berbagai bentuk, seperti caption, foto, video, jumlah *likes*, komentar, serta gaya berpakaian atau penampilan yang ditampilkan oleh pengguna.

Konsep dasar interaksionisme simbolik dikemukakan oleh Charles H. Cooley, yang menjelaskan bahwa interaksi antara individu dan kelompok merupakan proses penting dalam pembentukan makna sosial. Individu berkomunikasi menggunakan simbol-simbol tertentu, baik dalam bentuk kata-kata tertulis maupun lisan, yang kemudian disepakati bersama oleh masyarakat sebagai suatu makna tertentu. Menurut Horton dan Hunt (1984), sebuah kata pada dasarnya tidak memiliki makna yang melekat secara alami, tetapi makna tersebut terbentuk melalui kesepakatan sosial antarindividu yang menggunakannya. Oleh karena itu, interaksi sosial menjadi sarana utama dalam proses pembentukan makna dalam kehidupan masyarakat.

Karakteristik utama dari interaksionisme simbolik adalah bahwa interaksi sosial terjadi secara alami antara individu dalam masyarakat dan berkembang melalui simbol-simbol yang diciptakan bersama. Soeroso (2008) menyatakan bahwa proses interaksi antarindividu berkembang melalui simbol-simbol sosial yang mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi tersebut dilakukan secara sadar dan melibatkan berbagai bentuk komunikasi nonverbal, seperti gerakan tubuh, suara atau vokal, isyarat fisik, serta ekspresi wajah yang semuanya memiliki makna tertentu. Dalam konteks media sosial, simbol-simbol tersebut

dimediasi oleh teknologi digital sehingga memungkinkan individu untuk menampilkan identitas diri dan membangun citra sosial di ruang virtual.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, penelitian ini membangun kerangka pemikiran yang menjelaskan hubungan antara penggunaan media sosial Instagram dan gaya hidup mahasiswa Generasi Z. Dalam penelitian ini, penggunaan media sosial Instagram diposisikan sebagai variabel independen (X), sedangkan gaya hidup mahasiswa Generasi Z diposisikan sebagai variabel dependen (Y). Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi digital dan media sosial, sehingga platform seperti Instagram menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Kerangka berpikir penelitian ini menjelaskan bahwa intensitas penggunaan Instagram oleh mahasiswa dapat mempengaruhi pola perilaku, preferensi, serta gaya hidup mereka. Mahasiswa tidak hanya menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk mencari informasi, mengikuti tren, mengekspresikan identitas diri, dan membangun interaksi sosial. Oleh karena itu, semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, maka semakin besar pula potensi pengaruhnya terhadap pembentukan gaya hidup mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini berasumsi bahwa penggunaan media sosial Instagram memiliki hubungan yang signifikan dengan perubahan gaya hidup mahasiswa Generasi Z di lingkungan UBSI Ciputat.

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Hipotesis alternatif (H_a) menyatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup Generasi Z di kalangan mahasiswa UBSI Ciputat angkatan tahun 2025. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram oleh mahasiswa, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap pembentukan gaya hidup mereka. Sementara itu, hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap gaya hidup Generasi Z di kalangan mahasiswa UBSI Ciputat angkatan tahun 2025. Hipotesis ini akan diuji melalui proses analisis data penelitian untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, yang menganggap realitas sebagai sesuatu yang nyata, dapat diukur, dipahami, diklasifikasikan, serta memiliki hubungan sebab-akibat yang jelas. Paradigma ini sesuai dengan pendekatan kuantitatif, karena dalam pendekatan tersebut variabel-variabel penelitian dapat diklasifikasikan dan dianalisis secara terukur.

Dalam konteks penelitian ini, pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Gen Z (Studi Survei: Mahasiswa UBSI Ciputat Tahun Angkatan 2025) dianggap sebagai suatu realitas yang nyata dan dapat diuji secara empiris. Kebenaran dari hubungan tersebut dapat dibuktikan melalui data kuantitatif berdasarkan asumsi-asumsi atau fakta yang dapat diukur, seperti intensitas interaksi antar mahasiswa, kebiasaan gaya hidup digital, serta pola penggunaan Instagram. Dengan pendekatan positivistik, penelitian ini berupaya menjelaskan secara sistematis bagaimana penggunaan media sosial Instagram memengaruhi gaya hidup gen z mahasiswa dalam menggunakan media sosial, khususnya Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang menitikberatkan pada hasil yang bersifat objektif dan dianalisis melalui teknik statistik untuk menghasilkan data dalam bentuk angka (Sahir, 2021). Pemilihan metode yang sesuai sangat penting karena berperan dalam membentuk struktur penelitian yang sistematis dan memastikan bahwa data yang dikumpulkan mampu mendukung tercapainya tujuan penelitian. Metode penelitian memiliki peranan krusial dalam menjamin bahwa kesimpulan yang diambil memiliki dasar yang valid dan dapat dipercaya. Terdapat empat unsur utama yang perlu diperhatikan, yaitu metode penelitian, data, tujuan, dan kegunaan, karena metode merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian (Nugraha, 2024). Populasi adalah wilayah generalisasi dimana terdiri dari kumpulan individu atau sejenis objek, subjek, dan memiliki waktu yang di tentukan atau bisa juga bebas. Untuk objek sendiri bisa dengan menggunakan orang dan bendabenda. Populasi berupa jumlah yang ada pada objek atau subjek yang di pelajari serta seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (V.Wiratna, 2014:91). Menurut hasil riset data yang telah diperoleh, maka populasi yang akan diambil pada penelitian ini adalah mahasiswa UBSI Ciputat sebanyak 445 orang mahasiswa keseluruhan dari 5 prodi yang diambil ialah 82 mahasiswa yang mempunyai aplikasi Instagram.

Menurut Sugiyono (2016:80) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling atau pengambilan sampel acak sederhana. Teknik ini termasuk dalam kategori probability sampling, yaitu metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel untuk mengetahui banyaknya sampel yang dapat diambil maka saya menggunakan rumus Slovin dengan tingkat error 10% (Wiratna, 2014: 66). Adapun rumusan tersebut sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 445 responden, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui

sampel penelitian, Berdasarkan perhitungan di atas sampel dengan *margin of error* 10% yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 81,65 dibulatkan 82 responden.

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *google form*, yang disebar melalui WhatsApp Skala pengukuran yang digunakan Adalah skala likert dengan rentang nilai 1-5 dengan rincian 1 = Sangat, Tidak Setuju; 2 = Tidak Setuju; 3 = Netral; 4 = Setuju; dan 5 = Sangat Setuju. Sementara itu data sekunder diperoleh dari literatur jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu yang mendukung analisis penelitian ini.

A. Uji Validitas Uji Reliabilitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan tentang pernyataan dalam mendefinisikan variabel atau suatu cara yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur penelitian dapat mengukur apa yang ingin peneliti ukur. Variabel valid atau tidak validnya item dilihat berdasarkan perbandingan antara r hitung dan r table. Jika r hitung $>$ r table, maka item dapat dikatakan valid. Jika r hitung $<$ dari r table maka, item tidak valid. Berdasarkan jumlah data yang didapatkan dengan total 80 maka, $df (N-2)$ memperoleh rtabel sebesar 0,220 dengan signifikansi 5%.

Uji rabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrument alat ukur dapat dikatakan reliabel jika dilakukan pengukuran secara berulang kali dan memberikan hasil yang konsisten pada waktu yang berbeda (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam mengukur variabel. Nilai Cronbach's Alpha digunakan sebagai indikator reliabilitas. Jika nilai diatasnya 0,7, maka instumen dianggap reliabel (Azwar, 2012).

Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuuk melihat pengaruh dua variabel bebas, yaitu kredibilitas dan engagement audiens terhadap variabel terikat yaitu konten makeup. Sebelum melakukan serangkaian uji asumsi klasik.

B. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel dalam model regresi memiliki distribusi normal. Normalitas data diperlukan agar hasil estimasi parameter regresi tidak bias atau dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini digunakan uji Kolmogorov-smirnov. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai sig $>$ 0,05.

C. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independent secara individual terhadap variabel dependen dalam model regresi linear sederhana.

D. Analisis Data Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan karakteristik data pada variabel penggunaan media sosial Instagram (X) terhadap Gaya Hidup Gen Z (Y) secara umum. Berdasarkan output SPSS, diketahui bahwa jumlah responden N sebanyak 82 orang.

E. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana, yang diterapkan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel independen dan satu variabel dependen dengan menggunakan data berskala interval atau rasio. Regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara kuantitatif. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk merumuskan model prediktif yang menggambarkan arah dan besarnya pengaruh yang terjadi antar variabel.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan, partisipan yang telah terkumpul dalam penelitian ini adalah 82 responden yang berusia 18 sampai 25 tahun yang merupakan pengguna aktif media sosial Instagram. Data demografi ini terdiri dari jenis kelamin, usia, dan durasi penggunaan media sosial Instagram.

Tabel 1. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
18-22	66	66%
25-23	16	16%
Total	82	82%

Berdasarkan tabel di atas, dari total 82 responden, 66% responden berada dalam kategori remaja akhir berusia 18-22 tahun, 16 responden dalam kategori dewasa awal 23-25 tahun. Dari hasil partisipan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas partisipan dalam penelitian ini adalah remaja akhir berusia 18-22 tahun, dengan persentase sebesar 66%.

Tabel 2. Jenis kelamin partisipan

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	22	22%
Perempuan	60	60%
Total	82	82%

Dari perbandingan ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas partisipan ini adalah perempuan, dengan persentase 60%. Ini berarti intensitas penggunaan media sosial Instagram ditunjukkan kepada Wanita, dan Wanita merupakan target utama untuk mencari fashion dan hiburan di media sosial Instagram dibandingkan responden laki-laki, dengan hasil yang menunjukkan perbandingan persentase sebesar 22% untuk laki-laki dan 60% untuk perempuan.

Table 3. Analisis deskriptif X

N Statistic	82
Range	36
Minimum	10
Maximum	46
Sum	2108
Mean	25.71
Std.error of mean	.931
Std. deviation	8.432
Variance	71.098

Berdasarkan output SPSS, diketahui bahwa jumlah responden N sebanyak 82 orang. Nilai skor minimum pada variabel ini adalah 10, sedangkan skor maksimum adalah 46, dengan rentang (range) sebesar 36. Total keseluruhan skor (sum) dari 82 responden adalah 2108. Nilai rata-rata (mean) sebesar 25,71, yang menunjukkan bahwa secara umum persepsi responden terhadap penggunaan media sosial Instagram cukup tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 8.432 dengan standard eror sebesar 0,931 menunjukkan adanya penyebaran daya yang moderat di sekitar rata-rata. Sedangkan nilai varians sebesar 71.098.

Table 4. Analisis deskriptif Y

N Statistic	82
Range	35
Minimum	11
Maximum	46
Sum	2072
Mean	25,26
Std.error of mean	.886
Std. deviation	8.023
Variance	63.372

Berdasarkan output SPSS, diketahui bahwa jumlah responden N sebanyak 82 orang. Nilai skor minimum pada variabel ini adalah 11, sedangkan skor maksimum adalah 46, dengan rentang (range) sebesar 35. Total keseluruhan skor (sum) dari 82 responden adalah 2072. Nilai rata-rata (mean) sebesar 25.26, yang menunjukkan bahwa secara umum persepsi responden terhadap gaya hidup gen z cukup tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 8.023 dengan standard eror sebesar 0.886 menunjukkan adanya penyebaran daya yang moderat di sekitar rata-rata. Sedangkan nilai varians sebesar 63.372.

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Kriteria validitas adalah r hitung $>$ r tabel (0,220) dan $sig. <$ 0,05. Hasilnya, seluruh item pertanyaan pada variabel Gaya Hidup Digital, komunikasi interpersonal, dan intensitas penggunaan Instagram dinyatakan valid karena memenuhi kedua kriteria tersebut. Hasil Uji Reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha Sebagian besar diatas 0,7 sehingga instrument dianggap reliabel.

Table 5. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.803	10
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.856	11

B. Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Normalitas

	One Simple olmogorov-Smirnov^a		
	Statistic	Df	Sig.
Penggunaan Instagram terhadap Gaya hidup gen z	,096	82	,061

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. sebesar 0,061 $>$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi dan analisis statistik dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

C. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji T

Model	t	Sig.
(Constant)	7.192	.001
Penggunaan Instagram	9.811	.001

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa Nilai signifikansi sebesar $0,001 <$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikansi antara Pengguna Media Sosial terhadap Gaya Hidup Gen Z, Penggunaan Media Sosial Instagram berpengaruh secara signifikan terhadap Gaya Hidup Gen Z

di kalangan mahasiswa UBSI Ciputat. Dengan kata lain, semakin tinggi penggunaan media sosial Instagram maka semakin tinggi pula gaya hidup mahasiswa.

D. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen, digunakan nilai koefisien determinasi (adjusted R Square).

Tabel 9. Hasil R-square

Adjusted R Square
.540

Berdasarkan tabel di atas, nilai R Square (R²) sebesar 0,546 menunjukkan bahwa variabel Penggunaan Instagram mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel Gaya Hidup sebesar 54,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 45,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini (seperti faktor lingkungan sosial, tingkat ekonomi, atau pengaruh media sosial lainnya).

E. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa UBSI Ciputat

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa penggunaan media sosial Instagram (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perubahan gaya hidup gen z (Y) mahasiswa UBSI Ciputat. Hal ini dibuktikan melalui nilai t- hitung sebesar 9,811 (lebih besar dari t-tabel 1,990) dengan tingkat signifikansi <0,001, yang berarti hipotesis alternatif (H_a) diterima. Secara statistik, variabel penggunaan Instagram mampu menjelaskan variasi perubahan gaya hidup sebesar 54,6%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Mahasiswa menggunakan Instagram untuk mempertahankan hubungan sosial dan tetap terhubung dengan lingkungan pertemanannya. Instagram dipilih karena memberikan kepuasan instan dalam memperoleh hiburan dibandingkan media massa tradisional seperti TV atau radio. Intensitas penggunaan yang tinggi dimana mayoritas mengecek akun lebih dari 5 kali sehari menunjukkan bahwa Instagram telah berhasil memenuhi kebutuhan audiens akan koneksi sosial dan pelarian (*escape*) dari rutinitas.

Menurut teori uses and gratification berasumsi bahwa pengguna media adalah pihak yang aktif dan sengaja memilih media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Data penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa UBSI Ciputat secara aktif menggunakan Instagram bukan sekadar untuk mengisi waktu, melainkan untuk mencari referensi *fashion* dan tren gaya hidup terkini. Aktivitas ini menunjukkan adanya motif sadar untuk mendapatkan kepuasan (gratifikasi) berupa pengetahuan tentang gaya hidup yang dianggap modern.

Dapat disimpulkan Secara keseluruhan, perubahan gaya hidup mahasiswa UBSI Ciputat merupakan dampak dari pencarian kepuasan yang disediakan oleh fitur-fitur Instagram. Peningkatan frekuensi dan durasi penggunaan Instagram secara langsung menyebabkan pergeseran perilaku, mulai dari cara berpakaian,

pemilihan tempat nongkrong, hingga cara berkomunikasi, yang semuanya berorientasi pada standar digital yang berlaku di platform tersebut. Dengan demikian, Instagram bukan hanya sekadar media komunikasi, melainkan telah menjadi agen perubahan gaya hidup yang determinan bagi generasi Z.

F. Pengaruh Gaya Hidup Gen Z Pada Mahasiswa UBSI Ciputat

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Gaya Hidup (Y) pada mahasiswa UBSI Ciputat menunjukkan kecenderungan yang kuat ke arah gaya hidup gen z yang dinamis. Hal ini tercermin dari nilai rata-rata (*mean*) sebesar 25,26 dengan sebaran data yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori tinggi dalam mengadopsi tren gaya hidup modern melalui Instagram.

Mahasiswa UBSI Ciputat yang merupakan bagian dari Gen Z menunjukkan perilaku gaya hidup yang sangat mementingkan citra diri (*self-image*) di ruang digital. Berdasarkan data kuesioner, responden cenderung melakukan kurasi konten sebelum mengunggahnya ke Instagram. Hal ini sejalan dengan karakteristik Gen Z yang memandang profil media sosial sebagai representasi identitas sosial mereka. Gaya hidup ini tidak hanya sekadar mengikuti tren, tetapi merupakan upaya untuk mendapatkan pengakuan sosial (*social recognition*) dari lingkungan sebayanya.

Secara teoretis, gaya hidup mahasiswa dalam penelitian ini mencerminkan aktivitas (*activities*), minat (*interests*), dan pendapat (*opinions*) yang berpusat pada teknologi. Instagram berperan sebagai katalis yang mempercepat perubahan gaya hidup tersebut. Pengaruh yang signifikan sebesar 54,6% (dari nilai *R Square*) membuktikan bahwa bagi Gen Z di UBSI Ciputat, gaya hidup mereka saat ini merupakan hasil dari interaksi intens dengan konten-konten digital yang mereka konsumsi setiap hari.

Gaya hidup responden sangat dipengaruhi oleh informasi yang bersifat visual dan viral. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemilihan tempat berkumpul (nongkrong), produk fashion, hingga gaya bicara mahasiswa banyak mengadopsi apa yang mereka lihat pada *feed* dan *story* Instagram. Fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) atau ketakutan akan ketinggalan tren menjadi pendorong utama gaya hidup ini. Bagi mahasiswa UBSI Ciputat, mengikuti gaya hidup yang sedang populer di Instagram merupakan cara untuk tetap relevan dalam pergaulan mereka.

Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup Gen Z pada mahasiswa UBSI Ciputat adalah gaya hidup yang interaktif, visual, dan berbasis komunitas digital. Instagram bukan lagi hanya sebagai media hiburan, melainkan telah menjadi pedoman standar dalam berperilaku dan mengekspresikan diri dalam kehidupan sehari-hari mereka.

G. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Gaya Hidup Gen Z (Studi Survei: Mahasiswa UBSI Ciputat Tahun Angkatan 2025)

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, ditemukan bahwa variabel Penggunaan Media Sosial Instagram memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perubahan Gaya Hidup Gen Z pada mahasiswa UBSI Ciputat. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,546, yang

mengindikasikan bahwa penggunaan Instagram memberikan kontribusi sebesar 54,6% dalam memengaruhi gaya hidup responden. Nilai pengaruh sebesar 54,6% menunjukkan bahwa bagi mahasiswa UBSI Ciputat, Instagram bukan sekadar media hiburan, melainkan instrumen determinan dalam menentukan standar kehidupan. Sebagai generasi *digital native*, responden cenderung mengadopsi apa yang mereka lihat di layar (seperti konten *influencer* atau tren viral) ke dalam kehidupan nyata. Hal ini mencakup perubahan dalam pola konsumsi, pemilihan tempat

berkumpul (kafe yang *instagrammable*), hingga cara berpakaian yang disesuaikan dengan tren yang sedang populer di platform tersebut. Pengaruh penggunaan Instagram memicu perubahan gaya hidup yang berorientasi pada estetika visual. Mahasiswa UBSI Ciputat merasa perlu untuk menyesuaikan gaya hidup mereka agar tetap relevan di lingkungan sosialnya. Keinginan untuk mendapatkan validasi dalam bentuk *likes* dan komentar mendorong mahasiswa untuk secara konsisten memperbarui gaya hidup mereka mengikuti arus informasi di Instagram. Hal ini menciptakan gaya hidup yang lebih terbuka namun sangat bergantung pada persepsi orang lain di dunia maya. Hubungan yang positif (koefisien regresi 0,703) menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas mahasiswa dalam mengakses Instagram (durasi dan frekuensi), maka semakin besar pula pergeseran gaya hidup yang mereka alami. Paparan informasi yang terus-menerus melalui fitur *Reels* dan *Explore* menyebabkan proses imitasi sosial yang cepat. Mahasiswa tidak lagi hanya mengonsumsi fungsi dari sebuah produk atau aktivitas, melainkan mengonsumsi "nilai simbolis" atau gengsi yang ditawarkan oleh tren di Instagram.

Meskipun pengaruh Instagram sangat kuat, penelitian ini juga mencatat bahwa terdapat 45,4% faktor lain yang turut memengaruhi gaya hidup mahasiswa. Faktor-faktor tersebut diduga berasal dari lingkungan keluarga, kondisi ekonomi riil, serta nilai-nilai agama dan budaya lokal yang masih dipegang oleh mahasiswa UBSI Ciputat. Namun, dominasi angka di atas 50% tetap menempatkan Instagram sebagai faktor utama yang membentuk wajah gaya hidup mahasiswa di era modern ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap gaya hidup Generasi Z pada mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) Ciputat angkatan 2025, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pembentukan gaya hidup mahasiswa. Hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 9,811 yang lebih besar dari t-tabel 1,990 dengan tingkat signifikansi <0,001. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram oleh mahasiswa, maka semakin besar pula perubahan gaya hidup yang terbentuk. Gaya hidup tersebut cenderung dipengaruhi oleh tren digital dan orientasi visual yang berkembang di media sosial, sehingga mahasiswa lebih mudah mengadopsi pola perilaku, preferensi gaya, serta aktivitas yang populer di platform tersebut.

Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,546 yang berarti bahwa variabel penggunaan Instagram memberikan kontribusi sebesar 54,6% terhadap pembentukan gaya hidup mahasiswa. Sementara itu, sebesar 45,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian, seperti kondisi ekonomi keluarga, lingkungan pertemanan di dunia nyata, serta karakteristik dan nilai-nilai kepribadian individu. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar, gaya hidup mahasiswa tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial dan personal lainnya. Lebih lanjut, penelitian ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa UBSI Ciputat merupakan audiens yang aktif dalam menggunakan media sosial untuk memenuhi berbagai kebutuhan psikologis dan sosialnya. Melalui perspektif teori *Uses and Gratifications*, penggunaan Instagram oleh mahasiswa dilakukan secara sadar untuk memperoleh berbagai bentuk kepuasan, seperti kebutuhan informasi, pembentukan identitas diri, integrasi sosial, serta hiburan. Aktivitas tersebut pada akhirnya membentuk pola gaya hidup yang semakin berorientasi pada standar digital dan pengakuan sosial di lingkungan media sosial. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa Instagram tidak lagi hanya berfungsi sebagai media komunikasi dan berbagi informasi, tetapi telah berkembang menjadi agen yang berperan penting dalam membentuk gaya hidup Generasi Z. Melalui berbagai fitur seperti *Reels*, *Stories*, dan sistem algoritma yang terpersonalisasi, Instagram mampu membangun representasi mengenai standar kehidupan yang dianggap ideal. Representasi tersebut kemudian memengaruhi cara mahasiswa memandang diri mereka, berperilaku, serta berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari, sehingga media sosial menjadi salah satu faktor penting dalam konstruksi gaya hidup generasi muda di era digital.

Daftar Pustaka

- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Van Dijk, J. (2020). *The network society*. London: Sage Publications.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009>

- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Chan, M., et al. (2012). Social media use and lifestyle behavior among youth. *Journal of Youth Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). Social media use in 2018. *Pew Research Center*.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>
- Sahir, S. (2021). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Nugraha, A. (2024). *Perilaku generasi Z dalam penggunaan media sosial*. Jakarta: Penerbit Akademik.