

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA PRODI ILMU KOMUNIKASI ANGGARAN 2019 DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Shazrin Daniyah Khansa¹, K. Y. S. Putri²

¹Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur

² Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur

Jalan Pondok Bambu Batas No. 2, Jakarta Timur, DKI Jakarta

shazrindaniyah_ikom19s1@mahasiswa.unj.ac.id

Abstract

Technological developments in this era of globalization have brought many changes in society. One of them, many popping up various kinds of social media applications. This has resulted in social media being one of the needs of the community. Not infrequently, social media is used as a lifestyle or lifestyle that is used as a place to show one's identity. In this study, researchers used quantitative research methods. The sample for this study was 69 students of the Communication Studies Program class of 2019 at Jakarta State University. The results of this study are the t value of 3.952 is greater than t table 1.996 ($3.952 > 1.996$). With a significance of 0,000 is smaller than $\alpha = 0.05$. If the significance value is smaller than $\alpha = 0.05$. From this it can be concluded that H_0 was rejected and H_a was accepted, which means that there was an influence of social media (X) on the lifestyle (Y) of the Communication Sciences Study Program class of 2019 at Jakarta State University.

Keywords: *Influence, lifestyle, social media.*

Abstrak

Perkembangan teknologi di era globalisasi ini membawa banyak perubahan dalam masyarakat. Salah satunya, banyak bermunculan berbagai macam aplikasi media sosial. Hal ini mengakibatkan media sosial menjadi salah satu kebutuhan masyarakat. Tidak jarang juga, media sosial dijadikan gaya hidup atau *lifestyle* yang digunakan sebagai ajang menunjukkan identitas diri. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel untuk penelitian ini adalah 69 mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta. Hasil dari penelitian ini adalah nilai t hitung sebesar 3,952 lebih besar dari t tabel 1,996 yakni ($3,952 > 1,996$). Dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dari hal ini dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh media sosial (X) terhadap gaya hidup (Y) mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta.

Kata Kunci : *Gaya hidup, media sosial, pengaruh.*

Pendahuluan

Globalisasi adalah keterkaitan dan ketergantungan antar bangsa dan antar manusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan bentuk interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi semakin sempit (Nurhaidah & Musa, 2015:1). Globalisasi juga diartikan sebagai proses yang menghasilkan dunia tunggal (Setiadi & Kolip, 2011). Awal dari perkembangan globalisasi ini adalah kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi yang berkembang menjadi semakin canggih memberikan dampak besar pada komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat di era modern. Salah satu dampak yang ditimbulkan dari globalisasi adalah media sosial.

Media sosial adalah salah satu bentuk dari *new media*. Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughy, 2007; McQuail, 2003). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014).

Salah satu topik yang sedang ramai diperbincangkan masyarakat saat ini adalah perkembangan media sosial. Banyak masyarakat yang sudah menggunakan media social namun mereka kurang memahami tentang media sosial

itu sendiri. Maka dari itu penulis akan menjelaskan apa yang kami ketahui tentang media sosial termasuk pengertian media sosial, ciri-ciri media sosial, perkembangan media sosial, serta hubungan antara media sosial dengan gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta. Adapun manfaat dari penulisan ini adalah agar pembaca dan pengguna media sosial dapat memahami tentang media sosial itu sendiri. Sehingga dapat menggunakan media sosial dengan bijaksana.

Tinjauan Pustaka Media Sosial

Media sosial (Social Networking) adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Putri, Nurwati, *et al*, 2016:50).

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. Beberapa contoh media yang sering atau populer di gunakan sekarang-sekarang ini, antara lain Facebook, Twitter dan Instagram.

Pada awalnya media social muncul adalah karena adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang diseluruh dunia (Watkins, 2009). Di tahun 2002, muncul Friendster yaitu situs mencari jodoh yang digunakan anak muda pada saat itu. Di tahun 2003, muncul situs Myspace yang menjadi situs jejaring untuk bertukar pesan, mengunggah lagu atau video, dan menyediakan layanan pemasangan genre music khusus pada halaman profile. Pada tahun 2004, muncullah Flickr dan Facebook. Di tahun 2006, muncul Twitter. Berselang 4 tahun, pada tahun 2010, Instagram muncul. Lalu muncul Line, Snapchat, dan Google+ di tahun 2011. Beberapa media sosial diatas masih beroperasi bahkan sangat populer. Contohnya Instagram, Twitter, Line, dan Snapchat.

Pada awalnya situs media sosial ini lebih banyak di dominasi dengan hal-hal yang bersifat “*fun*” atau menyenangkan. Namun, seiring berkembangnya waktu, media sosial tidak hanya digunakan untuk bertukar informasi, tetapi juga

menjadi tempat melakukan kontak bisnis, dan hal-hal lainnya.

Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya (Dewi & Samuel, 2015:3). Menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungannya Kotler dan Keller, (2009:175). Kasali (2001:91) menyatakan bahwa gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya yang dinyatakan dalam aktivitas-aktivitas, minat dan pendapat-pendapat.

Kaitan Media Sosial dengan Gaya Hidup

Seperti yang kita ketahui di dalam era globalisasi ini banyak bermunculan berbagai macam aplikasi media sosial. Banyaknya media sosial yang bermunculan sehingga media sosial ini menjadi salah satu kebutuhan masyarakat. Dan tidak sedikit juga yang menjadikan media sosial sebagai suatu gaya hidup baru.

Dari latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta? Tujuan saya melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan, membina dan memperkuat pengetahuan tentang pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa prodi ilmu komunikasi Angkatan 2019
2. Mengetahui pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa prodi ilmu komunikasi Angkatan 2019

Teori New Media

Teori new media merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy dalam bukunya *Cybercultur* (2001) yang mengemukakan bahwa new media merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke digital.

Teori Sosial Kognitif

Teori Sosial Kognitif (*Social Cognitive Theory*). Teori sosial kognitif dibangun pertama kali oleh seorang psikolog Albert Bandura sekitar tahun 1960an. Teori ini menitikberatkan pada bagaimana dan mengapa orang-orang cenderung untuk meniru apa yang dilihat melalui media. Ini adalah teori yang fokus pada kapasitas kita untuk belajar dengan mengalaminya secara langsung.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang menjelaskan suatu permasalahan dalam penjelasan antara dua objek. Metode ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan diantara dua objek yang di teliti. Adapun cara yang digunakan untuk mengambil data pada penelitian ini adalah melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden.

Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 83 orang, sedangkan sampel yang diambil berdasarkan rumus slovin sebanyak 69 orang.

Rumus Slovin:

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

keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah seluruh populasi

e = Toleransi error

$$n = \frac{83}{1+(83 \times (0,5)^2)}$$

$$n = \frac{83}{1,2075} = 68,737 \approx 69$$

Teknik Penarikan Sampel

Teknik yang digunakan adalah Teknik *purposive sampling*. Teknik sampling adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013:218).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang saya lakukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Metode observasi
Metode observasi adalah metode yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap aktivitas mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta
2. Metode Kuesioner
Metode kuesioner adalah adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya
3. Metode Studi Pustaka
Metode studi pustaka ini adalah berupa metode kajian literature yang sesuai dengan penelitian, baik berupa buku, jurnal, ataupun internet.

Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, maka data akan dianalisis dan diinterpretasikan ke dalam dua metode, yaitu:

1. Analisis Univariat
Analisis univariat biasanya dilakukan pada tiap variabel dan digunakan untuk mengetahui gambaran distribusi frekuensi dan persentase dari variabel bebas dan terikat (Notoatmodjo, 2005).
2. Analisis Bivariat
Analisis bivariat yaitu analisis yang dilakukan terhadap variabel yang berhubungan antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y). Analisis bivariat yang digunakan adalah uji analisis regresi linear sederhana. Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh media social terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y' + a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independena

a = Konstanta (nilai Y' apabila X=0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Hasil dan Pembahasan

Analisis Univariat

Hal pertama yang dibahas dalam analisis univariat adalah karakteristik responden. Karakteristik responden berguna untuk mengetahui bagaimana keragaman dari responden berdasarkan dari jenis kelaminnya. Hal ini diharapkan memberikan gambaran kondisi yang cukup jelas dan ada kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

Tabel 1

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	23	33,3
Perempuan	46	66,7

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa dari 69 responden mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23 orang (33,3%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang (66,7%).

Selanjutnya, yang dibahas dalam analisis univariat adalah analisis pernyataan tentang penggunaan Media Sosial (variabel X).

Tabel 2

Media sosial penting untuk saya

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	34	49,3%
3 = (Setuju)	35	50,7%
2 = (Kurang Setuju)	0	0%
1 = (Tidak Setuju)	0	0%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 2, sebanyak 34 orang (49,3%) menyatakan sangat setuju bahwa media sosial penting, 35 orang (50,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan media sosial penting, dan tidak ada orang yang kurang setuju ataupun tidak setuju dengan pernyataan media sosial penting. Hal ini menandakan bahwa media sosial memiliki peran yang penting.

Tabel 3

Saya selalu update di media sosial

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	11	15,9%
3 = (Setuju)	36	52,2%
2 = (Kurang Setuju)	22	31,9%

1 = (Tidak Setuju)	0	0%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 3, sebanyak 11 orang (15,9%) menyatakan sangat setuju bahwa responden selalu update di media sosial, 36 orang (52,2%) menyatakan setuju selalu update di media sosial, kemudian 22 orang (31,9%) menyatakan kurang setuju bahwa responden selalu update di media sosial, dan tidak ada orang yang tidak setuju dengan pernyataan selalu update di media sosial.

Tabel 4

Saya pernah sehari-hari tidak menggunakan media sosial

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	10	14,5%
3 = (Setuju)	41	59,4%
2 = (Kurang Setuju)	15	21,7%
1 = (Tidak Setuju)	3	4,3%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 4, sebanyak 10 orang (14,5%) menyatakan sangat setuju bahwa responden pernah sehari-hari tidak menggunakan media sosial, 41 orang (59,4%) menyatakan setuju bahwa pernah sehari-hari tidak menggunakan media sosial, kemudian 15 orang (21,7%) menyatakan kurang setuju bahwa pernah sehari-hari tidak menggunakan media sosial, dan 3 orang (4,3%) yang tidak setuju dengan pernyataan pernah sehari-hari tidak menggunakan media sosial.

Tabel 5

Media sosial memberikan lebih banyak dampak positif terhadap hidup saya

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	5	7,2%
3 = (Setuju)	43	62,3%
2 = (Kurang Setuju)	20	29%
1 = (Tidak Setuju)	1	1,4%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 5, sebanyak 5 orang (7,2%) menyatakan sangat setuju bahwa media sosial memberikan lebih banyak dampak positif terhadap hidup, 43 orang (62,3%) menyatakan setuju bahwa media sosial memberikan lebih banyak dampak positif terhadap hidup, kemudian 20 orang (29%) menyatakan kurang setuju bahwa

media sosial memberikan lebih banyak dampak positif terhadap hidup, dan 1 orang (1,4%) yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa media sosial memberikan lebih banyak dampak positif terhadap hidup.

Tabel 6

Media sosial memberikan lebih banyak dampak negatif terhadap hidup saya

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	4	5,8%
3 = (Setuju)	25	36,2%
2 = (Kurang Setuju)	34	49,3%
1 = (Tidak Setuju)	6	8,7%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 6, sebanyak 4 orang (5,8%) menyatakan sangat setuju bahwa media sosial memberikan lebih banyak dampak negatif terhadap hidup saya, 25 orang (36,2%) menyatakan setuju bahwa media sosial memberikan lebih banyak dampak negatif terhadap hidup saya, kemudian 34 orang (49,3%) menyatakan kurang setuju bahwa media sosial memberikan lebih banyak dampak negatif terhadap hidup saya, dan 6 orang (8,7%) menyatakan tidak setuju dengan pernyataan bahwa media sosial memberikan lebih banyak dampak negatif terhadap hidup saya.

Tabel 7

Saya pernah berfikir untuk berhenti menggunakan media sosial

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	7	10,1%
3 = (Setuju)	23	33,3%
2 = (Kurang Setuju)	18	26,1%
1 = (Tidak Setuju)	21	30,4%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 7, sebanyak 7 orang (10,1%) menyatakan sangat setuju bahwa pernah berfikir untuk berhenti menggunakan media sosial, 23 orang (33,3%) menyatakan setuju bahwa pernah berfikir untuk berhenti menggunakan media sosial, kemudian 18 orang (26,1%) menyatakan kurang setuju bahwa pernah berfikir untuk berhenti menggunakan media sosial, dan 21 orang (30,4%) menyatakan tidak setuju dengan

pernyataan bahwa pernah berfikir untuk berhenti menggunakan media sosial.

Dan yang terakhir dibahas dalam analisis univariat adalah analisis pernyataan tentang Gaya Hidup (variabel Y).

Tabel 8

Menggunakan media sosial dapat mempengaruhi gaya hidup saya sehari-hari

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	13	18,8%
3 = (Setuju)	45	65,2%
2 = (Kurang Setuju)	14	15,9%
1 = (Tidak Setuju)	0	0%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 8, sebanyak 13 orang (18,8%) menyatakan sangat setuju bahwa menggunakan media sosial dapat mempengaruhi gaya hidup sehari-hari, 45 orang (65,2%) menyatakan setuju bahwa menggunakan media sosial dapat mempengaruhi gaya hidup sehari-hari, kemudian 14 orang (15,9%) menyatakan kurang setuju bahwa menggunakan media sosial dapat mempengaruhi gaya hidup sehari-hari, dan tidak ada orang yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa menggunakan media sosial dapat mempengaruhi gaya hidup sehari-hari.

Tabel 9

Saya pernah meniru gaya hidup seseorang yang saya lihat di media sosial

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	4	5,8%
3 = (Setuju)	41	59,4%
2 = (Kurang Setuju)	19	27,5%
1 = (Tidak Setuju)	5	7,2%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 9, sebanyak 4 orang (5,8%) menyatakan sangat setuju bahwa pernah meniru gaya hidup seseorang yang saya lihat di media sosial, 41 orang (59,4%) menyatakan setuju bahwa pernah meniru gaya hidup seseorang yang saya lihat di media sosial, kemudian 19 orang (27,5%) menyatakan kurang setuju bahwa pernah meniru gaya hidup seseorang yang saya lihat di media sosial, dan 5 orang (7,2%) yang tidak setuju

dengan pernyataan bahwa pernah meniru gaya hidup seseorang yang saya lihat di media sosial.

Tabel 10

Saya pernah memposting sesuatu di media social yang tidak sesuai dengan gaya hidup saya sebenarnya

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	3	4,3%
3 = (Setuju)	18	26,1%
2 = (Kurang Setuju)	33	47,8%
1 = (Tidak Setuju)	15	21,7%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 4.10, sebanyak 3 orang (4,3%) menyatakan sangat setuju bahwa pernah memposting sesuatu di media social yang tidak sesuai dengan gaya hidup saya sebenarnya, 18 orang (26,1%) menyatakan setuju bahwa pernah memposting sesuatu di media social yang tidak sesuai dengan gaya hidup saya sebenarnya, kemudian 33 orang (47,8%) menyatakan kurang

Analisis Bivariat

Tabel

12 Hasil Bivariat Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3.815	1.516		2.517	.014
MediaSosial	.359	.091	.435	3.952	.000

a. Dependent Variable: GayaHidup

Pada tabel diatas, dalam penelitian pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta diperoleh hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana diperoleh nilai koefisien pada penelitian ini adalah $Y = 3,815 + 0,359$. Bilangan konstanta (a) sebesar 3,815 dan koefisien regresinya (b) yakni variabel Media Sosial sebesar 0,359. Berdasarkan output di atas, nilai t hitung sudah ditemukan, lalu untuk mendapatkan nilai t tabel menggunakan rumus sebagai berikut:

setuju bahwa pernah memposting sesuatu di media social yang tidak sesuai dengan gaya hidup saya sebenarnya, dan 15 orang (21,7%) menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 11

Image saya di media sosial lebih penting dibanding image saya di dunia nyata

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
4 = (Sangat Setuju)	0	0%
3 = (Setuju)	13	18,8%
2 = (Kurang Setuju)	40	58%
1 = (Tidak Setuju)	16	23,2%
Total	69	100%

Berdasarkan tabel 4.11, sebanyak 13 orang (18,8%) menyatakan setuju bahwa image di media sosial lebih penting dibanding image saya di dunia nyata, kemudian 40 orang (58%) menyatakan kurang setuju bahwa image di media sosial lebih penting dibanding image saya di dunia nyata, 16 orang (23,2%) yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa image di media sosial lebih penting dibanding image saya di dunia nyata, dan tidak ada orang yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

$$\text{Nilai } \frac{\alpha}{2} = \frac{0,05}{2} = 0,025$$

$$\text{Derajat kebebasan (df)} = n - 2 = 69 - 2 = 67$$

Nilai t tabel 0,025; 67 dalam tabel t adalah 1,996.

Karena nilai t hitung sebesar 3,952 lebih besar dari t tabel 1,996 yakni ($3,952 > 1,996$). Dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh media sosial (X) terhadap gaya hidup (Y) mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Bagi sebagian besar mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta setuju bahwa media sosial merupakan hal yang penting di dalam kehidupan mereka. Hal tersebut juga mendorong mereka untuk selalu update di media sosialnya. Menurut hasil analisis, gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Berdasarkan hasil analisis bivariat juga diketahui bahwa ada pengaruh media social terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta.

Media sosial sudah menjadi suatu kebutuhan baru di dalam kehidupan manusia di zaman sekarang. Dari hal tersebut, penulis berharap semoga mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta dapat memanfaatkan hal-hal positif yang terdapat dari media sosial. Jangan mudah terpengaruh oleh hal-hal yang negative dari media sosial. Dan jadilah diri sendiri dan apa adanya., jangan mudah terpengaruh dari melihat gaya hidup orang lain di media sosial.

Daftar Pustaka

- Dewi, M. N., & Samuel, H. (2015). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Manajaemen Pemasaran PETR*, Vol. 3, No. 1, 2015, hal. 3.
- Fuchs, C. (2014). *Social media a critical introduction*. Los Angeles: SAGE Publication, Ltd.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53(1): 59–68
- Kasali, R. (2001). *Membidik Pasar Indonesia : Segmentation, Targeting and Positioning*. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Laughey, D. (2007). *Themes in media theory*. New York: Open University Press
- Levy, P. (2001). *Cyberculture, Electronic Mediations, V. 4, Minneapolis*. Minn: London university of Minnesota Press.
- McQuail, D. (2003). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior atau Perilaku Konsumen*, terj. Lina Salim. Jakarta : Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, S. (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nurhaidah, & Musa, M. I. (2015). Dampak Pengaruh Globalisasi bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*, Vol.3, No.3, April 2015, hal. 1.
- Putri, W. S. R., & Nurwati, N., et al. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal PROSIDING KS: RISET & PKM*, Vol.3, No.1, 2016, hal. 50.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2011). *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahnya*. Jakarta: Prenada Media Group
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung : CV. Alfabeta
- Tasya Rezwini, "Media Sosial dalam Kehidupan Sehari-hari", <https://communication.binus.ac.id/2017/12/29/media-sosial-dalam-kehidupan-sehari-hari/> (diakses pada tanggal 6 mei 2020).
- Watkins, S. C. (2009). *The Young and the Digital: What the Migration to Social Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means for Our Future*. 'UK: Beacon Press.