



Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok dan Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup Remaja Gen Z

Chandra S. Haratua, Andri Eriawan, Abdul Aziz, David Ricky, Hanna Novianti, Fitri Ovi Yanti, Rini Tambunan*, Lisda, Susan Agustin

Program Studi Magister Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Indraprasta PGRI
e-mail: *rinitambunan@gmail.com

Abstract: Fenomena penggunaan media sosial TikTok yang masif dan tingkat literasi keuangan yang beragam di kalangan Generasi Z berpotensi membentuk pola konsumsi dan gaya hidup mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial TikTok dan literasi keuangan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap gaya hidup remaja Gen Z di Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi penelitian berasal dari 2 sekolah yaitu SMA 1 pusaka dan SMA Dwiwarna Boarding School kelas X sebanyak 345 siswa, dan sampel 20% dari populasi sebanyak 69 siswa menggunakan teknik simple random sampling. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 22.

Keywords: Tiktok; Literasi Keuangan; Gaya Hidup; Gen Z

How to Cite: Haratua, C. S., Eriawan, A., Aziz, A., Ricky, D., Novianti, H., Yanti, F. O., Tambunan, R., Lisda, & Agustin, S. (2026). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok dan Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup Remaja Gen Z. *Jurnal Penelitian dan Pendidikan IPS*, 20(1), first page-last page.

Copyright © 2026 (Chandra S Haratua, Andri Eriawan, Abdul Aziz, David Ricky, Hanna Novianti, Fitri Ovi Yanti, Rini Tambunan, Lisda, Susan Agustin)

Pendahuluan

Kehidupan masyarakat modern saat ini telah memasuki era masyarakat digital 5.0 dimana ruang siber yang berkaitan erat dengan penggunaan teknologi digital dan media sosial. Memasuki era masyarakat digital tersebut, Indonesia telah merasakan dampak transformasi dalam aspek komunikasi, berbagi informasi dan berinteraksi. Perubahan ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga mulai menjangkau berbagai latar belakang usia dan pendidikan salah satunya dialami oleh Gen Z. Salah satu platform media sosial yang tengah digandrungi generasi Z adalah TikTok. TikTok adalah aplikasi pembuatan video kreatif yang dibuat pada September 2016 oleh perusahaan bernama ByteDance yang berasal dari Tiongkok, China. TikTok mulai viral pada tahun 2018 di Indonesia, dan bahkan terpilih menjadi aplikasi terbaik di Google Play Store. Berbeda dari media sosial generasi sebelumnya, algoritma TikTok yang sangat personal (dikenal sebagai *For You Page* atau FYP) memiliki kemampuan luar biasa dalam membentuk tren dan menyebarkan informasi dengan kecepatan tinggi.

Charla & Isyanawulan (2023) menemukan adanya pengaruh signifikan dari intensitas penggunaan fitur TikTok shop terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Hal ini didukung oleh studi Adha et al. (2025) yang menyimpulkan bahwa konten di TikTok berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z. Fenomena ini menciptakan tekanan psikologis, seperti Fear of Missing Out (FOMO), yang mendorong remaja untuk mengadopsi gaya hidup tertentu agar merasa diterima secara sosial, seringkali tanpa pertimbangan rasionalitas kebutuhan. Generasi Z menghabiskan sebagian besar waktunya untuk berinteraksi dengan konten video pendek di platform seperti TikTok (Smith & Anderson, 2024)

Di sisi lain, faktor internal yang seharusnya menjadi benteng pertahanan dalam pengambilan keputusan Gen Z melakukan konsumsi adalah literasi keuangan. Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan dan kemampuan individu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk



mencapai kesejahteraan. Idealnya, remaja Gen Z yang memiliki literasi keuangan yang baik akan mampu menyaring pengaruh media sosial, membedakan antara kebutuhan (needs) dan keinginan (wants), serta membuat keputusan pembelian yang rasional. Qurotaa'yun & Krisnawati (2019), menyatakan bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti mempelajari lebih banyak tentang keuangan dapat membantu anak remaja mengendalikan pengeluaran mereka. OECD mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan yang mencakup pengetahuan, pemahaman, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan yang efektif. Selain itu, OECD/INFE (2023) menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan mencerminkan pemahaman terhadap konsep-konsep keuangan dasar serta kemampuan menerapkannya dalam konteks keuangan sehari-hari.

Namun, fenomena yang terjadi menunjukkan adanya kesenjangan. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara konsisten menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan di kalangan muda, termasuk Gen Z, masih relatif rendah hanya sebesar 66,64%. Rendahnya pemahaman akan perencanaan anggaran, tabungan, investasi, dan risiko utang (seperti maraknya penggunaan PayLater) membuat Gen Z menjadi kelompok yang rentan terhadap dorongan impulsif yang dipicu oleh TikTok. Mereka dihadapkan pada dilema antara keinginan untuk mengikuti gaya hidup yang sedang tren di media sosial dan keterbatasan kemampuan finansial yang mereka miliki. Gaya hidup adalah pola cara seseorang menjalani kehidupan serta menggunakan waktu dan uangnya, yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya (Solomon, 2020). Berdasarkan uraian fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai "Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok dan Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup Remaja Gen Z". Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami dinamika pembentukan gaya hidup generasi masa depan dan memberikan kontribusi bagi pengembangan edukasi literasi digital dan finansial yang lebih efektif.

Metodologi

Metode survei adalah metode yang dipergunakan dalam penelitian ini dengan teknik korelasional. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel terikat, yaitu Gaya Hidup Remaja Gen Z (Y) dan dua variabel bebas, yaitu Penggunaan Sosial Media Tiktok (X1), dan Literasi Keuangan (X2). Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA Dwiwarna Boarding School kelas X dan siswa SMA 1 Pusaka Jakarta Timur kelas X yang aktif pada tahun ajaran 2025/2026. Sampel sebanyak 69 orang siswa sebesar 20% dari populasi. Variabel diukur dengan menggunakan instrument kuesioner yang di kembangkan dan disusun berdasarkan teori-teori. Pengujian instrumen dilakukan dengan menguji validitas setiap butir pertanyaan dan reliabilitas instrument.

Dalam analisis deskriptif dilakukan analisis ukuran pemusatan dan letak seperti mean, modus, dan median serta ukuran simpangan seperti jangkauan, variansi, simpangan baku, kemencengan dan kurtosis. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi data. Pengujian linieritas garis regresi dalam penelitian ini menggunakan Uji F. Pengujian hipotesis menggunakan teknik korelasi partial dan korelasi ganda, serta regresi linier sederhana dan regresi linier ganda.

Hasil

1. Deskripsi Data

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS 22. Maka diperoleh hasil perhitungan nilai statistik deskriptif dari objek penelitian yaitu sebagai berikut:

Variabel penggunaan media TikTok memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 85,04, dengan nilai median 86 dan modus 89. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat penggunaan TikTok yang relatif tinggi. Tingkat penggunaan TikTok yang tinggi pada responden merupakan fenomena yang umum terjadi pada Generasi Z (Omar & Dequan, 2023). Nilai standar

deviasi sebesar 40,3946 mengindikasikan bahwa variasi data relatif kecil, sehingga data cenderung homogen. Skor minimum sebesar 75 dan maksimum 89, dengan rentang (range) 14, menunjukkan sebaran nilai yang tidak terlalu lebar. Nilai skewness sebesar -1,105 menunjukkan distribusi data cenderung miring ke kiri, yang berarti lebih banyak responden memiliki skor tinggi. Nilai kurtosis sebesar 0,257 menunjukkan distribusi data mendekati normal.

Variabel literasi keuangan memiliki nilai mean sebesar 84,74, median 86, dan modus 88. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan responden berada pada kategori cukup hingga tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 4,259 menunjukkan variasi data sedikit lebih besar dibandingkan variabel lainnya, namun masih tergolong wajar. Skor terendah sebesar 75 dan skor tertinggi sebesar 94, dengan rentang 19, menandakan adanya perbedaan tingkat literasi keuangan antarresponden. Nilai skewness sebesar -0,639 menunjukkan distribusi data sedikit miring ke kiri, sedangkan nilai kurtosis sebesar -0,201 menunjukkan distribusi data relatif datar namun masih dalam batas normal.

Variabel gaya hidup remaja Gen Z memiliki nilai rata-rata sebesar 85,17, median 86, dan modus 88, yang menunjukkan bahwa gaya hidup responden cenderung berada pada kategori tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 3,792 menandakan sebaran data yang cukup homogen. Skor minimum sebesar 75 dan maksimum 89, dengan rentang 14, menunjukkan variasi nilai yang relatif kecil. Nilai skewness sebesar -1,226 mengindikasikan distribusi data miring ke kiri, sedangkan nilai kurtosis sebesar 0,654 menunjukkan distribusi data relatif mengerucut namun masih berada dalam batas normal.

2. Hasil Uji Normalitas, Linieritas, dan Korelasi

Dari output SPSS, diperoleh residual berdistribusi normal karena Sig. Kosmolgorov Smirnov = 0,206 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan asumsi normalitas terpenuhi. Berdasarkan uji anova, nilai F hitung = 0,174 > 0,05 maka hubungan variabel penggunaan media sosial tiktok dan gaya hidup remaja gen Z dalam keadaan linier. Berdasarkan hasil uji terdapat nilai koefisien korelasi $R=0,089$ berarti ada hubungan yang tinggi antara penggunaan media sosial tiktok dengan gaya hidup remaja gen Z. Berdasarkan hasil uji terdapat nilai koefisien korelasi $R=0,016$ berarti ada hubungan yang tinggi antara literasi keuangan dengan gaya hidup remaja gen Z.

3. Hasil Analisis Regresi

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, besarnya keberartian hubungan penggunaan media sosial TikTok dengan gaya hidup remaja gen Z yaitu koefisien determinasi (r^2) adalah $R\text{ Square} = 0,8$, artinya gaya hidup remaja gen Z ditentukan oleh penggunaan media sosial TikTok sebesar 80% sedangkan 20% lainnya ditentukan oleh variabel lain.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar -0,731 dengan tingkat signifikansi 0,467. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,467 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup Remaja Gen Z tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Penggunaan Media TikTok. Berdasarkan tabel Coefficients, diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut: $X=0,093-92,928Y$ di mana Y adalah Gaya Hidup Remaja Gen Z dan X adalah Penggunaan Media TikTok. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai t hitung sebesar -0,133 dengan tingkat signifikansi 0,894. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,894 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup Remaja Gen Z tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Literasi Keuangan. Model regresi sederhana $Y=0,018-86,296 X$, dimana Y adalah Gaya Hidup Remaja Gen Z dan X adalah Literasi Keuangan.

Berdasarkan hasil uji, nilai F hitung = $0,534 > F_{\text{tabel}} (df: 1.67) = 3,98$ artinya model regresi yang digunakan dalam penelitian dengan variabel Penggunaan Media Sosial TikTok (X) dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Gaya Hidup Remaja Gen Z (Y).

Pembahasan

Dari perhitungan nilai koefisien korelasi di peroleh nilai $r_{xy} = 0,089$ terdapat pada kriteria penafsiran koefisien korelasi tinggi, berarti variabel penggunaan media sosial Tiktok dengan gaya hidup remaja gen Z mempunyai hubungan yang lemah. Sedangkan perhitungan koefisien korelasi diperoleh nilai $r_{xy} = 0,016$ terdapat pada kriteria penafsiran koefisien korelasi rendah, artinya



variabel literasi keuangan dengan gaya hidup remaja gen z tidak memiliki hubungan yang kuat. Besarnya keberartian hubungan antara penggunaan media sosial tiktok dengan gaya hidup remaja gen z ditentukan oleh koefisien determinasi (r^2) yaitu 0.8 artinya gaya hidup remaja gen z ditentukan oleh penggunaan media sosial tiktok sebesar 80%, sedangkan 20% ditentukan oleh variabel lain. Sedangkan untuk koefisien determinasi (r^2) dari literasi keuangan sebesar 0,000 artinya gaya hidup remaja gen z tidak dipengaruhi oleh literasi keuangan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa baik penggunaan media sosial TikTok maupun literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup remaja Gen Z. melalui hasil penelitiannya, Phillips, et. al (2017) menjelaskan terkait hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku manusia sangat kompleks dan tidak selalu dapat diprediksi secara linear. Hal ini menjelaskan mengapa penggunaan TikTok yang tinggi tidak otomatis menghasilkan gaya hidup tertentu. Tingkat literasi keuangan yang tinggi tidak secara otomatis membentuk atau mengubah gaya hidup remaja. Pengetahuan keuangan belum tentu diwujudkan dalam perilaku sehari-hari. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Asih dkk, 2024). Meskipun ketiga variabel berada pada kategori tinggi secara deskriptif, hubungan antarvariabel secara statistik tergolong lemah dan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya penggunaan TikTok dan literasi keuangan tidak otomatis membentuk gaya hidup remaja, sehingga gaya hidup remaja Gen Z lebih kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor multidimensional yang belum tercakup dalam penelitian ini. gaya hidup atau perilaku Gen Z tidak hanya ditentukan oleh literasi keuangan. Faktor psikologis seperti pengendalian diri (*locus of control*) dan *mental accounting* dapat lebih berpengaruh dibanding pengetahuan keuangan itu sendiri (Rismarina & Maulana, 2024).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan sebagai berikut: Penggunaan media sosial TikTok tidak berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup remaja Gen Z. Literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup remaja Gen Z. Hubungan antara penggunaan media sosial TikTok, literasi keuangan, dan gaya hidup remaja Gen Z tergolong tidak terlalu kuat, dengan kontribusi pengaruh yang tidak kuat. Gaya hidup remaja Gen Z lebih banyak dipengaruhi oleh penggunaan media sosial tiktok dan faktor lain di luar literasi keuangan.

Referensi

- Adha, H. N., Ahmad, S. R., Zalzabilah, U. S., Annisa, N. N., & Husain, F. (2025). Pengaruh konten TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di era digital. *Musyteri: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 17(1), 121–130. <https://doi.org/10.2324/n8att411>
- Asih, F. Y., Innayah, M. N., Miftahuddin, M. A., & Rahmawati, I. Y. (2024). Memahami perilaku konsumtif generasi milenial: Peran gaya hidup, locus of control, dan sikap keuangan dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 11(1). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v11i1.2838>
- Charla, U., & Isyanawulan, G. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan fitur TikTok Shop terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z (Studi di Desa Batu Ampar Baru Kabupaten Ogan Komering Ilir). *Jurnal Empirika*, 8(1), 58–73. <https://doi.org/10.47753/je.v8i1.133>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy* (OECD Business and Finance Policy Papers No. 39). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/56003a32-en>
- Omar, B., & Dequan, W. (2023). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), Article 100665. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100665>
- Phillips, L., Dowling, C., Shaffer, K., Hodas, N., & Volkova, S. (2017). *Using social media to predict the future: A systematic literature review*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/1706.06134>



- Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2024). Pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, mental accounting dan locus of control terhadap pengelolaan keuangan Gen-Z. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 8(1), 52–66. <https://doi.org/10.31629/acyzm634>
- Smith, A., & Anderson, M. (2024). Social media engagement patterns among Generation Z. *Journal of Digital Media Studies*, 12(2), 88–102.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Bandung. *JAF (Journal of Accounting and Finance)*, 3(1), 46–53. <https://doi.org/10.25124/jaf.v3i1.2167>