

ABSTRAK

Hanifah, 1218030077, 2025, Pengaruh *Influencer* TikTok Terhadap Pembentukan Identitas Sosial Mahasiswa Di Media Sosial (Penelitian Pada Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa, khususnya dalam mengikuti dan berinteraksi dengan para *influencer*. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *influencer* TikTok terhadap pembentukan identitas sosial mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Perkembangan digital yang pesat menjadikan media sosial sebagai ruang baru dalam proses sosialisasi dan pembentukan identitas, sehingga menarik untuk diteliti sejauh mana peran *influencer* dalam proses tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana *influencer* TikTok memengaruhi pembentukan identitas sosial mahasiswa, serta aspek-aspek apa saja yang paling dominan dalam proses tersebut. Penelitian ini juga berusaha mengungkap bagaimana mahasiswa merespons konten yang disajikan oleh *influencer* dan bagaimana hal tersebut mencerminkan pembentukan citra diri mereka di media sosial.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 68 responden yang merupakan mahasiswa Sosiologi angkatan 2022. Analisis dilakukan melalui pengujian data penelitian, termasuk uji koefisien determinasi dan uji hipotesis, dengan menggunakan teknik regresi linier sederhana. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, serta dilengkapi dengan data sekunder yang bersumber dari penelitian sebelumnya, buku, jurnal, dan artikel dari situs web yang relevan dengan fokus penelitian. Teknik analisis data bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas (*influencer* TikTok) mempengaruhi variabel terikat (identitas sosial mahasiswa). Penelitian ini menggunakan teori Interaksionisme Simbolik dari Herbert Blumer.

Hasil penelitian ini mengindikasikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *influencer* TikTok (X) terhadap pembentukan identitas sosial mahasiswa di media sosial (Y) mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 UIN Sunan Gunung Djati Bandung di media sosial. Adapun besaran pengaruh yang diberikan adalah sebesar 25,3%, sementara sisanya yaitu 74,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh *influencer*, baik dari aspek gaya hidup, bahasa, maupun opini, secara nyata memengaruhi cara mahasiswa membentuk dan menampilkan identitas sosial mereka di media sosial.

Kata Kunci: *Influencer* TikTok, Identitas Sosial, Mahasiswa, Media Sosial, Interaksionisme Simbolik.