

# BAB I

## PENDAHULUAN

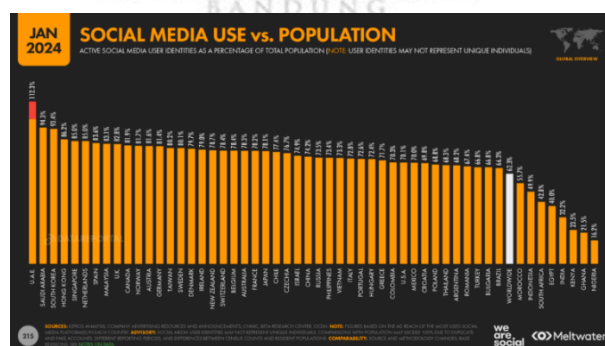
### A. Latar Belakang Masalah

Pada era digital yang terus berkembang pesat seperti saat ini, media sosial telah menjadi salah satu *platform* penting dan tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda, salah satunya adalah mahasiswa. Menurut data We are Social (2024), pengguna media sosial aktif mencapai 5,04 miliar pada awal tahun 2024 di seluruh dunia sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1. Sementara itu, Indonesia mencapai 49,9% pengguna media sosial dari populasi masyarakat, berdasarkan data yang ditampilkan pada Gambar 1.2 (*Digital 2024: 5 Billion Social Media Users, 2024*).



Sumber: Lembaga Survei Global (We Are Social) 2024

**Gambar 1. 1** Pengguna Media Sosial Aktif di Dunia

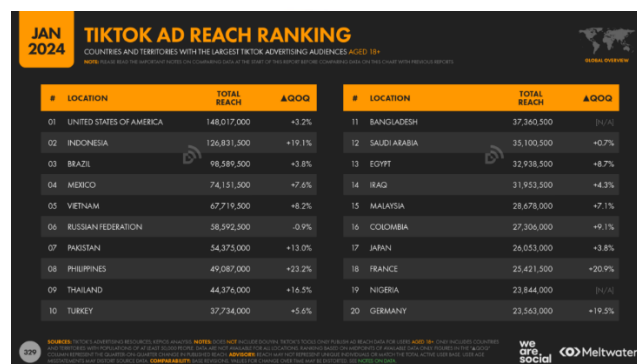


Sumber: Lembaga Survei Global (We Are Social) 2024

**Gambar 1. 2** Pengguna Media Sosial Berdasarkan Populasi Negara

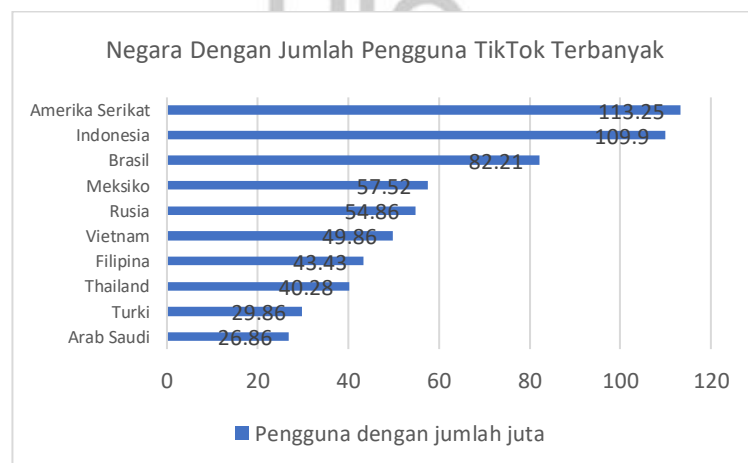
Salah satu *platform* media sosial yang paling fenomenal dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok, yang mengalami pertumbuhan pesat di kalangan generasi muda. Menurut data Yonatan (2023) TikTok saat ini menjadi media

sosial yang banyak digunakan oleh anak muda di seluruh dunia. Dengan berhasil menduduki peringkat kelima, TikTok telah menunjukkan eksistensinya. Di awal tahun 2024, telah terdaftar sebanyak 1,56 miliar pengguna aktif media sosial tersebut sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.3. TikTok juga semakin populer di Indonesia. Pada Oktober 2023, Indonesia memiliki pengguna TikTok lebih dari 106,5 juta di tanah air, menjadikannya negara kedua dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat (Yonatan, 2024), sebagaimana ditampilkan dalam Gambar 1.4. Usia pengguna TikTok di Indonesia mayoritas berasal dari kelompok usia 18-34 tahun yaitu sebesar 50 juta pengguna (Annur, 2023).



Sumber: Lembaga Survei Global (We Are Social) 2024

**Gambar 1. 3** Pengguna Aplikasi TikTok Berdasarkan Negara



Sumber: Databoks, 2023. Diolah oleh peneliti, 2025

**Gambar 1. 4** 10 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia

Aplikasi TikTok adalah salah satu *platform* yang mengalami perkembangan pesat dan memiliki pengaruh signifikan di kalangan masyarakat. Dengan menyajikan format video pendek yang menarik dan

interaktif, *platform* ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang bagi individu untuk berekspresi, berinteraksi, dan mengikuti tren dunia. Seperti yang dijelaskan oleh Fadhila (2023), TikTok tidak hanya sebagai *platform* hiburan, tapi TikTok juga merupakan *platform* sosial di mana identitas sosial dapat dibentuk dan diperkuat (Fadhila, 2023).

Dalam *platform* TikTok, terdapat beberapa komponen penting yang tidak bisa dipisahkan contohnya adanya keberadaan *influencer*. Menurut Justin Welsh (2024), *influencer* adalah seseorang yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi keputusan pembelian orang lain karena otoritas/kekuasaan, pengetahuan, posisi, atau hubungannya dengan audiensnya (*Influencers Marketing Hub*, 2024). *Influencer* TikTok adalah orang yang memiliki banyak pengikut dan dapat memengaruhi perilaku, pandangan, dan preferensi pengikut mereka melalui konten video yang mereka bagikan. Mereka sering menjadi *role model* bagi pengikutnya, terutama bagi remaja dan mahasiswa, dimana mereka sedang berada dalam proses pembentukan identitas sosial dan pencarian jati diri. Fenomena *influencer* di TikTok telah mengubah cara individu, khususnya mahasiswa, membentuk dan mengekspresikan identitas sosial mereka.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Tengku Yeldy Haryadi Anugrah Putra, dan Nina Yuliana pada 2023 menunjukkan bahwa keterlibatan generasi muda dengan konten *influencer* dapat mengarah pada pembentukan identitas sosial yang kuat. Mereka cenderung mengadopsi nilai-nilai dan norma-norma yang diperkenalkan oleh *influencer*, baik itu positif maupun negatif. Sebagai contoh, perilaku konsumtif yang berlebihan sering kali dipicu oleh tren yang dibagikan oleh *influencer*, di mana remaja merasa perlu mengikuti untuk diterima dalam kelompok sosial mereka. Hal ini menandakan kuatnya pengaruh *influencer* dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku generasi muda. (Putra & Yuliana, n.d.) Proses pembentukan identitas sosial melalui TikTok berlangsung melalui mekanisme kompleks. Para *influencer* TikTok bertindak sebagai agen sosialisasi digital, menawarkan narasi, gaya hidup, dan perspektif yang mempengaruhi cara berpikir dan bertindak generasi muda.

Teori interaksionisme simbolik dari George Herbert Blumer (1939) menjadi kerangka teoritis yang sangat relevan untuk memahami fenomena ini. Melalui interaksi simbolik di *platform* ini, individu tidak sekadar mengonsumsi konten, tetapi aktif mengonstruksi representasi diri mereka dalam konteks sosial digital. Dalam konteks digital, interaksi simbolik terjadi melalui konten, komentar, *like*, dan berbagai bentuk partisipasi digital lainnya. TikTok menciptakan ekosistem di mana mahasiswa dapat secara aktif merundingkan identitas mereka, berinteraksi dengan komunitas virtual, dan membentuk representasi diri yang dinamis dan multidimensional.

Konteks khusus penelitian ini terletak pada proses pembentukan identitas sosial mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 melalui interaksi dengan konten *Influencer* TikTok. Secara teoritis, pembentukan identitas sosial mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Tajfel dan Turner, di mana individu mengkonstruksi identitas mereka melalui proses kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial (Muallif, 2024).

Menurut Tajfel (1986), identitas sosial adalah bagian dari konsep diri individu yang berasal dari keanggotaan mereka dalam kelompok sosial tertentu (Tajfel & Turner, 1986). Ini adalah cara individu melihat diri mereka dalam konteks kelompok-kelompok di sekeliling mereka. Richard Jenkins (1996) menyatakan bahwa identitas sosial adalah bagaimana seseorang memandang dirinya, termasuk siapa mereka, jenis orang seperti apa mereka, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain. Identitas ini mengacu pada cara-cara di mana individu dan kolektifnya dibedakan dalam interaksi sosial dengan individu atau kolektivitas lain (Laila, n.d.).

Di era digital, generasi Z menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan identitas sosial mereka. Berdasarkan penelitian Akilah Mahmud (2024), media sosial memiliki peran ganda dalam kehidupan mereka. Di satu sisi, media sosial tentunya mempermudah interaksi dan ekspresi diri, namun di sisi lain, menjadi faktor utama dalam krisis identitas yang semakin meningkat. Globalisasi, tekanan sosial untuk memperoleh validasi eksternal, serta maraknya berita hoaks dan ideologi ekstrem memperburuk ketidakpastian identitas mereka. Akibatnya, berbagai dampak negatif seperti ketergantungan

terhadap media sosial, dan perilaku konsumtif yang berlebihan menjadi lebih umum. Meski demikian, media sosial juga memiliki sisi positif, seperti mendorong kesadaran akan keberagaman, memberikan ruang ekspresi yang lebih luas, serta menyebarkan nilai-nilai pendidikan (Mahmud, 2024). Selain itu, media sosial seperti TikTok juga dapat berkontribusi dalam memperkuat identitas sosial (Nugraeni, 2024). Muhammad Wahyu Nugroho, Supriyono, dan Dadi Mulyadi Nugraha (2021) meneliti bagaimana TikTok dimanfaatkan untuk memperkuat identitas nasional selama pandemi. *Platform* ini berperan dalam menyebarkan konten edukatif terkait bahasa, budaya, dan simbol negara, seperti tantangan *#batikoutfitchallenge* (Nugroho et al., 2021) yang menjadi trend pada masa itu.

Mahasiswa adalah kelompok sosial yang aktif memanfaatkan media sosial, seperti *platform* TikTok, sebagai hiburan dan cara untuk mengaktualisasikan diri (Zesika & Susanti, 2024). Selama masa transisi menuju fase kedewasaan, dan pembentukan jati dirinya mereka cenderung mencari *role model* dalam berperilaku dan identitas yang mereka anggap relevan dan sesuai dengan nilai-nilai sosial dan tren yang berkembang. Dalam hal ini, *influencer* TikTok dapat memengaruhi identitas sosial mahasiswa dalam hal nilai sosial, gaya hidup, dan pandangan dunia mereka.

Dalam konteks ini, *influencer* TikTok tentu dapat memainkan peran penting dalam pembentukan identitas sosial pada generasi muda khususnya mahasiswa, termasuk nilai-nilai sosial, gaya hidup, dan pandangan mereka tentang berbagai hal yang terjadi ataupun belum terjadi. Hubungan antara *influencer* TikTok dan identitas sosial pada fase perkembangan mahasiswa ini dapat membentuk persepsi diri yang positif atau bahkan menimbulkan dampak negatif dan tantangan bagi generasi muda yang bergantung pada media sosial.

Namun, terdapat beberapa gap penelitian yang perlu diperhatikan. Pertama, banyak penelitian telah membahas peran media sosial dalam pembentukan identitas sosial, namun fokusnya lebih sering pada *platform* seperti Instagram, Facebook, atau Twitter. TikTok, sebagai *platform* berbasis video pendek yang sangat populer, memiliki dinamika yang berbeda dalam membentuk identitas sosial, terutama karena kontennya yang cepat, kreatif, dan

interaktif. Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas pengaruh TikTok terhadap identitas sosial, terutama di kalangan mahasiswa. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung bersifat umum dan tidak melihat bagaimana mahasiswa dari disiplin ilmu tertentu, seperti Sosiologi, menginterpretasikan dan menginternalisasi pengaruh dari *influencer* TikTok. Mahasiswa Sosiologi, dengan latar belakang keilmuan mereka, mungkin memiliki cara berpikir yang lebih kritis atau berbeda dalam membangun identitas sosial mereka dibandingkan mahasiswa dari jurusan lain.

Kedua, banyak penelitian tentang *influencer* dan identitas sosial dilakukan dalam konteks global atau nasional secara luas, sehingga kurang memperhatikan konteks lokal di Indonesia, khususnya di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Faktor budaya, agama, dan nilai-nilai lokal yang khas dapat memengaruhi bagaimana mahasiswa membentuk identitas sosial mereka di media sosial. Selain itu, penelitian yang ada seringkali hanya menyoroti dampak media sosial secara umum, tanpa mengeksplorasi secara mendalam dinamika interaksi mahasiswa dengan *influencer* TikTok. Misalnya, “apakah mahasiswa lebih dipengaruhi oleh *influencer* yang memiliki nilai dan gaya hidup tertentu? Bagaimana mekanisme internalisasi identitas dari *influencer* ke individu?” Hal-hal ini masih belum banyak diteliti, sehingga penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah tersebut dengan memberikan gambaran yang lebih spesifik dan mendalam.

Mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 berada pada generasi yang sangat dekat dengan teknologi digital dan media sosial. Mereka adalah generasi Z yang lahir di antara tahun 1997-2012, yang secara natural lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi (Pribadi, 2024). Penelitian dari Databoks pada Mei – Juli 2023 mengungkapkan bahwa generasi z menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama dengan presentase sebesar 73% (Muhamad, 2024)

Konteks akademis mahasiswa Sosiologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung menjadi lahan kajian yang menarik. Mahasiswa sosiologi memiliki kemampuan analitis untuk memahami fenomena sosial, termasuk transformasi identitas di ruang digital. Mereka tidak sekadar

konsumen pasif, tetapi juga pengamat kritis dan partisipan aktif dalam ekosistem media sosial. Hal ini tentunya karena mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 akan mempelajari mata kuliah Sosiologi Digital yang mempelajari dan menganalisis kontribusi teknologi dalam membentuk dinamika hubungan sosial dalam masyarakat. Hal ini meliputi analisis tentang efek teknologi digital terhadap perilaku manusia, pembentukan identitas di ruang *virtual*, dan transformasi struktur sosial dalam era digital. Maka dari itu, sosiologi digital memiliki peran yang krusial dalam memahami transformasi sosial yang sedang terjadi di dunia digital (Setiadarma et al., 2024).

Setelah peneliti melakukan pra penelitian dengan menyebarkan kuisioner terhadap beberapa mahasiswa sosiologi angkatan 2021 didapati bahwa 15 dari 30 responden merasa memiliki kesamaan nilai dengan komunitas pengikut *influencer* di TikTok. Kemudian, 17 dari 30 responden menyatakan bahwa Identitas *online*-nya terbentuk dari pengaruh konten TikTok. Dengan demikian, saya semakin tertarik dan termotivasi untuk meneliti secara lebih detail dan mendalam mengenai fenomena ini.

Penelitian ini menjadi penting untuk mengeksplorasi sejauh mana *platform* digital seperti TikTok memediasi pembentukan identitas sosial mahasiswa. Bagaimana *influencer* TikTok membentuk identitas sosial mahasiswa di media sosial adalah subjek penelitian ini. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mempelajari bagaimana *influencer* TikTok mempengaruhi cara mahasiswa dalam membentuk identitas sosial mereka di media sosial.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami dinamika kompleks antara media sosial, *influencer*, dan konstruksi identitas sosial di kalangan mahasiswa. Signifikansi penelitian terletak pada upaya memahami transformasi identitas di era digital, di mana batas-batas tradisional semakin cair dan dibentuk ulang melalui interaksi simbolik *online*. Dengan memahami mekanisme ini, kita dapat memberikan perspektif kritis tentang bagaimana teknologi dan figur media memengaruhi pembentukan konsep diri generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar memetakan

fenomena, tetapi juga memberikan perspektif kritis tentang bagaimana media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah cara mahasiswa memahami, mengekspresikan, dan merundingkan identitas sosial mereka dalam konteks digital yang kompleks dan terus berubah. Hasilnya diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam memahami dinamika sosial kontemporer dan implikasi teknologi komunikasi terhadap konstruksi identitas generasi muda.

Penelitian ini juga relevan dengan bidang studi kajian sosiologi, dan tentunya dapat memberikan wawasan mendalam tentang peran *Influencer* TikTok terhadap pembentukan identitas sosial mahasiswa sosiologi. Sudut pandang sosiologi akan memungkinkan kita untuk memahami faktor sosial, pola interaksi, dan norma yang mempengaruhi. Khususnya pada mahasiswa Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022.

Oleh karenanya peneliti sangat tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh *Influencer* TikTok terhadap pembentukan identitas sosial mahasiswa di media sosial pada mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan seberapa besar pengaruhnya.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan masalah yang ada dan telah penulis tentukan maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat pengaruh *influencer* TikTok terhadap mahasiswa Sosiologi angkatan 2022?
2. Bagaimana tingkat pembentukan identitas sosial mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 di media sosial?
3. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *influencer* TikTok terhadap pembentukan identitas sosial mahasiswa sosiologi Angkatan 2022 di media sosial?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh *influencer* TikTok terhadap pembentukan identitas sosial mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 di media sosial.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pembentukan identitas sosial mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 di media sosial melalui interaksi dengan konten *influencer* TikTok.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *influencer* TikTok terhadap pembentukan identitas sosial mahasiswa sosiologi Angkatan 2022 di media sosial.

#### **D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

Dengan demikian, kegunaan penelitian ini bermanfaat secara akademis maupun praktis, diantaranya:

1. Secara akademik, diharapkan penelitian ini akan membantu bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang ilmu sosial, khususnya yang berhubungan dengan pengaruh *influencer* terhadap pembentukan identitas sosial mahasiswa serta bagi perguruan tinggi tempat peneliti belajar dan menimba ilmu.
2. Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat membuat motivasi dan ketertarikan peneliti lain di kalangan mahasiswa untuk mengembangkan penelitian ini secara lebih lanjut di lokasi yang berbeda. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi sumber atau acuan yang bermanfaat untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *influencer* terhadap pembentukan identitas sosial mahasiswa.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini bermula dari adanya peningkatan pada penggunaan *platform* TikTok dan dampak *influencer* pada mahasiswa, terutama mahasiswa Sosiologi angkatan 2022. Dalam era digital saat ini, *platform* media sosial TikTok telah menjadi ruang signifikan dalam pembentukan identitas sosial generasi muda, termasuk mahasiswa. *Influencer* TikTok, sebagai aktor sosial yang memiliki pengaruh signifikan, berperan dalam membentuk tren, nilai, dan perilaku pengikut mereka melalui konten video yang mereka hasilkan dan unggah di akun media sosialnya.

Penelitian ini menghasilkan dua variabel yaitu *influencer* TikTok sebagai variabel independen dan identitas sosial mahasiswa sosiologi angkatan 2022 di media sosial sebagai variabel dependen. Sebagai variabel independen, pengaruh *influencer* TikTok dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator seperti kredibilitas *influencer*, visibilitas *influencer*, daya tarik konten yang disajikan, serta keahlian *influencer*. Berbagai faktor kemudian berinteraksi dengan konten ini, seperti latar belakang sosial-ekonomi mahasiswa, literasi digital mereka, pengalaman akademik, pengaruh kelompok sebaya (*peer group*), dan prinsip dan nilai norma yang ditanamkan keluarga.

Proses pembentukan identitas sosial mahasiswa sebagai variabel dependen dapat diamati melalui beberapa indikator, meliputi identifikasi diri, konsumsi dan pemaknaan konten, adopsi nilai dan gagasan, dan aktualisasi identitas. Proses ini berlangsung dalam tiga tahap utama: tahap eksposur, tahap internalisasi, dan tahap ekspresi. Tahap eksposur adalah di mana mahasiswa mengonsumsi dan memaknai konten TikTok yang disajikan oleh *content creator/influencer*. Kemudian, tahap internalisasi yaitu ketika mahasiswa mengadopsi nilai dan gagasan tertentu dari konten yang ditonton. Terakhir, tahap ekspresi yaitu di mana saat mahasiswa mengaktualisasikan identitas mereka di media sosial. Keseluruhan indikator ini menggambarkan bagaimana identitas sosial mahasiswa terbentuk melalui interaksi dengan konten *influencer* TikTok dan komunitas pengikutnya.

Pada tahap awal, mahasiswa melakukan proses pemaknaan terhadap konten *influencer* melalui kemampuan berpikir reflektif. Setiap simbol yang dikonsumsi, baik verbal maupun non-verbal, dipersepsi, diinterpretasi, dan dievaluasi secara subjektif berdasarkan pengalaman personal dan konteks sosial mereka. Proses ini memungkinkan mahasiswa untuk memilih, menafsirkan, dan mengadaptasi elemen-elemen simbolik tertentu yang dianggap relevan dengan konstruksi identitas mereka. Melalui mekanisme *taking the role of others*, mahasiswa secara aktif mengambil perspektif *influencer*, mencoba memahami cara pandang, nilai, dan perilaku yang ditampilkan. Mereka melakukan semacam dialog internal untuk menilai sejauh mana simbol-simbol tersebut dapat diintegrasikan ke dalam konsep diri

mereka. Proses ini tidak bersifat pasif melainkan dinamis, di mana mahasiswa secara selektif mengadopsi, memodifikasi, atau menolak berbagai representasi simbolik yang dipresentasikan.

Interaksi simbolik dalam konteks media sosial TikTok berlangsung melalui berbagai mekanisme interaktif seperti komentar, like, share, dan partisipasi dalam tren tertentu. Setiap interaksi menghasilkan umpan balik dan respon yang kemudian mempengaruhi proses pembentukan identitas. Komunitas virtual pengikut *influencer* berperan sebagai cermin (*looking-glass self*) yang memberikan referensi penilaian dan validasi terhadap identitas yang sedang dibentuk. Proses pembentukan identitas sosial melalui interaksionisme simbolik pada dasarnya merupakan negosiasi berkelanjutan antara struktur *platform*, representasi *influencer*, dan agen individual mahasiswa. Identitas tidak diterima secara mentah, melainkan dikonstruksi melalui interpretasi aktif, pilihan strategis, dan refleksi berkelanjutan. Dengan demikian, *influencer* TikTok tidak sekadar menjadi sumber informasi, melainkan fasilitator dalam proses kompleks pembentukan identitas sosial digital mahasiswa.

Pembentukan identitas sosial ini tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan berlangsung dalam konteks sosial yang lebih luas, mencakup budaya digital kontemporer, tren media sosial yang berkembang, dinamika kehidupan kampus, ekspektasi sosial yang ada, serta perkembangan teknologi yang terus berubah. Konteks ini memberikan kerangka dimana proses pembentukan identitas berlangsung dan memberikan batasan-batasan tertentu dalam ekspresi identitas.

Dampak dari proses ini dapat diamati pada tiga level utama. Pada level personal, terjadi perubahan perilaku, transformasi nilai, dan perkembangan identitas individu. Pada level sosial, terlihat perubahan dalam pola interaksi, dinamika kelompok, dan budaya mahasiswa secara umum. Sementara pada level akademik, pengaruh ini dapat diamati melalui perubahan dalam perspektif keilmuan, cara berpikir, dan orientasi belajar mahasiswa.

Landasan teoritis utama mendukung kerangka berpikir ini adalah Teori Interaksionisme Simbolik dari pemikiran George Herbert Blumer (1939). Teori ini menjelaskan bahwa manusia bertindak berdasarkan makna yang mereka

berikan terhadap sesuatu, dan makna tersebut dibentuk melalui interaksi sosial yang sarat simbol.

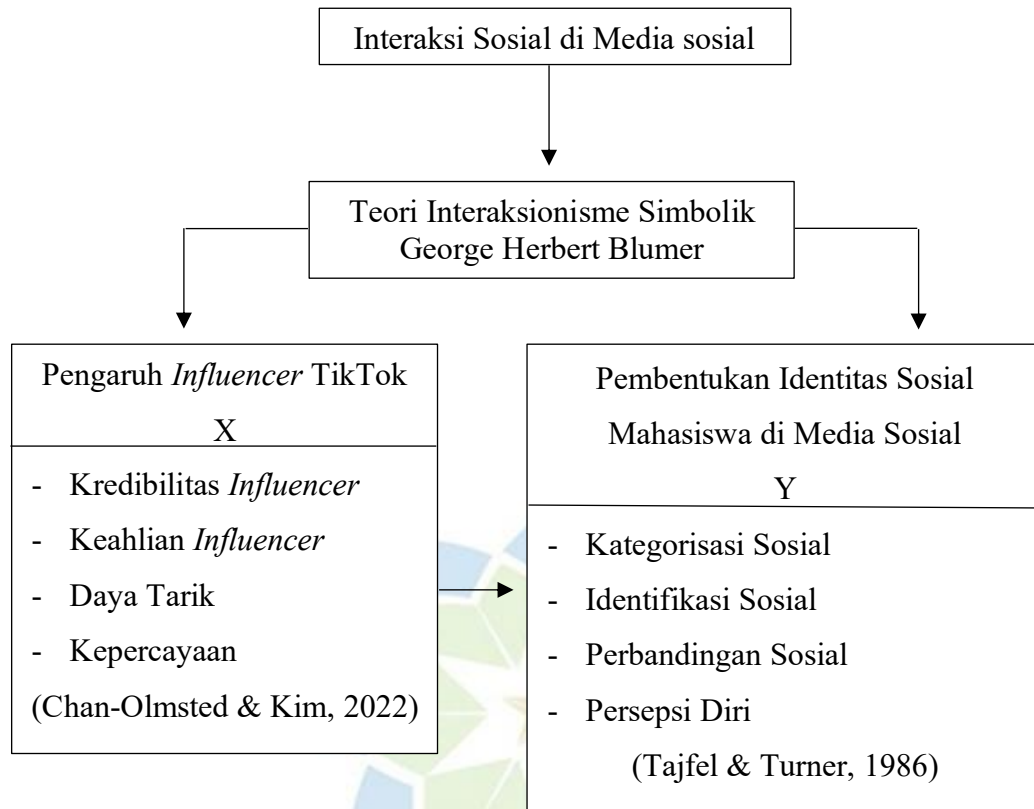
Dalam konteks ini, media sosial seperti TikTok menjadi ruang interaksi simbolik, di mana *influencer* menghadirkan simbol-simbol seperti gaya berpakaian, cara berbicara, gaya hidup, hingga pilihan musik atau tren. Mahasiswa sebagai pengguna aktif menafsirkan simbol-simbol tersebut secara reflektif dan selektif, bukan sekadar meniru. Melalui proses *taking the role of the other*, mereka memahami perspektif *influencer* dan menyesuaikannya dengan nilai serta citra diri yang ingin dibangun. Dengan demikian, interaksi dengan *influencer* TikTok tidak bersifat pasif, melainkan menjadi bagian dari proses pembentukan dan negosiasi identitas sosial mahasiswa di ruang digital.

Menurut penelitian ini, *influencer* memiliki peran besar dalam membentuk preferensi dan perilaku pengikut mereka, dan bahwa identitas sosial selalu berubah dan dapat dipengaruhi oleh media digital. Analisis berfokus pada pola konsumsi konten TikTok, mekanisme pengaruh *influencer*, proses pembentukan identitas, faktor mediasi, dan dampak dan konsekuensi. Fokus khusus analisis adalah identitas sosial mahasiswa sosiologi angkatan 2022.

Penelitian bertujuan untuk memahami secara menyeluruh bagaimana *influencer* TikTok mempengaruhi pembentukan identitas sosial mahasiswa dengan mempertimbangkan berbagai variabel dan komponen yang terlibat dalam proses tersebut. Diharapkan bahwa pemahaman ini akan memberikan kontribusi teoretis dan praktis untuk studi sosiologi media dan pembentukan identitas di era digital.

Kerangka pemikiran yang peneliti tulis ini merupakan usaha untuk memberikan gambaran penelitian dengan lebih sederhana. Melalui kerangka ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang utuh mengenai dinamika interaksi antara mahasiswa dan *influencer* TikTok dalam pembentukan identitas sosial. Kerangka ini menjadi dasar penyusunan instrumen dan acuan dalam menganalisis temuan secara sistematis.

Adapun dengan bentuk gambar sebagai berikut:



**Gambar 1. 5** Kerangka Pemikiran

## F. Hipotesis

Menurut Suharsimi Arikunto, hipotesis adalah dugaan sementara terhadap suatu masalah, dimana hipotesis harus diuji terlebih dahulu karena tidak dapat digunakan sebagai kesimpulan akhir yang bersifat final dan pasti (Mulyani, 2021). Terdapat dua jenis hipotesis yaitu hipotesis kerja (hipotesis alternatif) dan hipotesis nol. Hipotesis kerja ( $H_a$ ) menyatakan bahwa variabel X dan variabel Y memiliki hubungan. Sedangkan hipotesis nol ( $H_0$ ) menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y. Berikut hipotesis dari penelitian ini adalah:

1.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Influencer* TikTok terhadap identitas sosial mahasiswa sosiologi angkatan 2022 di media sosial.
2.  $H_1$ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Influencer* TikTok terhadap identitas sosial mahasiswa sosiologi angkatan 2022 di media sosial.