

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi membawa perubahan yang sangat signifikan yang dimana hampir pada setiap aspek kehidupan manusia. Kemajuan teknologi sudah merubah bagaimana cara berkomunikasi, belajar, hiburan, belanja bahkan interaksi dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi membuat segala hal kebutuhan manusia menjadi sangat efisien dan praktis.

Perkembangan teknologi membawa dampak yang mendalam khususnya pada gaya hidup. Tak dapat dipungkiri bahwa perubahan gaya hidup membawa perubahan pada kebiasaan, preferensi, dan aktivitas serta adaptasi. Dalam era digital yang semakin berkembang ini membawa gaya hidup berbelanja online yang mendominasi masyarakat. Tak dapat dipungkiri kepraktisan dalam berbelanja online menjadi sebuah kebiasaan untuk berulang-ulang melakukannya. Belanja online media sosial saat ini menjadi bagian terpenting dalam gaya hidup modern.

Dalam beberapa tahun terakhir dimana, pada tahun 2020 terjadinya Virus Covid-19 di Indonesia dan berbagai negara di dunia mengalami masa pandemi yang dimana semua masyarakat mengurangi aktivitas secara langsung dan dimana menyebabkan perekonomian yang semakin buruk, bahkan pelaku bisnis hingga gulung tikar. Pada tahun itu juga dimana masyarakat mulai diharuskan untuk beraktivitas di rumah saja atau bahkan Work From Home (WFH). Hal ini menyebabkan yang dimana masyarakat kesulitan dalam melakukan aktivitas seperti belanja. Hal ini telah

menciptakan persepsi bahwa belanja online adalah cara yang aman dan nyaman dalam membutuhkan barang-barang yang dibutuhkan.

Maraknya pembelanjaan online saat ini menimbulkan muncul platform platform media sosial yang dimana menyediakan fitur Layanan Online Shop yaitu Aplikasi Tiktok. Aplikasi Tiktok sendiri diciptakan oleh Zhang Yiming pada bulan September 2016 kemudian masuk ke Indonesia pada bulan Mei 2017, Tiktokshop mengalami kemajuan yang sangat pesat hingga semakin populer¹. Kepopuleran tiktok terus mengalami perkembangan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Peningkatan yang dialami hingga mencapai tiga kali lipat hingga di Indonesia mengalami peningkatan mencapai 92,2 juta pengguna Tiktok, Peningkatan di tiktok diawali sejak Juli 2021, yang dimana mencapai mencapai 37 juta pengguna di awal pandemi tepatnya pada April 2020². Inovasi tiktokshop menjadi sebuah ketertarikan konsumen dengan fitur-fitur yang disediakan. Bentuk inovasi tiktok terhadap fitur terbarunya yaitu Tiktok shop, fitur tiktokshop itu sendiri sangat mempermudah sesuai kebutuhan konsumen baik dari cara bertransaksi dan produk-produk yang ditawarkan. Sehingga tepat pada

¹ Ai Nur Sa'adah, Ayu Rosma, and Dea Aulia, 'PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK', *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, no. 5 (19 June 2022): 131–40, <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>.

² Andi Ahmad. (2021). Pengguna Tiktok di Indonesia Mengalami Peningkatan Tiga Kali Lipat Selama Satu Tahun. Retrieved October 13, 2023, from <https://bogor.suara.com/read/2021/10/23/110736/pengguna-tiktok-di-indonesia-mengalami-peningkatan-tiga-kali-lipat-selama-satu-tahun>

april 2021, Tik Tok resmi merilis Tik Tok shop sebagai ranah baru dari Tik Tok yang menyajikan platform video yang berdurasi pendek³.

Perkembangan TikTok mengalami kemajuan yang cukup pesat, aplikasi ini menjadi aplikasi wajib yang diunduh jutaan orang. Berdasarkan Statistik dalam publikasinya, Amerika memiliki jumlah pengguna TikTok terbesar dengan 116 juta, dan Indonesia berada di urutan kedua dengan 112 juta konten yang dikonsumsi.

Gambar 1.1 Negara Dengan Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tiktok Terbanyak Di Dunia



<https://data.goodstats.id/statistic/elmaarmavillia/negara-dengan-pengguna-tiktok-terbanyak-2023-indonesia-peringkat-2-qRFy>

³ Muhamad Syahril, (2021). Apa Itu TikTok Shop? Begini Cara Menggunakannya. Retrieved October 13, 2023, from <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/19/215103265/apa-itu-tiktok-shop-begini-cara-menggunakannya?page=1>

TikTok mengalami kenaikan pesat di Indonesia pada tahun 2021, terutama TikTok Shop, fitur terbaru dari aplikasi TikTok yang sedang tren sejak Maret 2021. Fitur ini menarik perhatian pengguna dan menciptakan peluang bisnis yang besar bagi para pebisnis. Pada program belanja 10.10 di Indonesia, toko TikTok mengalami peningkatan penjualan lebih dari 150 orang⁴. Peningkatan pesat volume pengguna video hiburan kreatif pendek secara besar-besaran meningkatkan nilai pemasaran toko TikTok. Generasi milenial khususnya menggunakan berbagai cara untuk menarik perhatian konsumen.

Populix baru-baru ini melakukan survei mengenai perilaku belanja social commerce di Indonesia. Social commerce merupakan suatu kegiatan jual beli yang menggunakan media sosial. Ada Toko TikTok, Toko Instagram, dan Toko Facebook yang terpisah. Survei Populix menemukan 45% masyarakat Indonesia suka berbelanja lewat Tiktokshop⁵

Tiktok shop telah menjadi sebuah perbelanjaan online yang sangat digemari masyarakat khususnya Mahasiswa. Perkembangan gaya hidup mahasiswa menjadi salah satu agen perubahan yang dimana bersikap hedon dalam kehidupannya. Gaya hidup belanja yang serba instan sangat memudahkan mendapatkan apa yang dibutuhkan, mereka dapat mengakses platform e-commerce hanya melalui perangkat digital. Inilah salah satu keuntungan memanfaatkan e-commerce bagi konsumen.

⁴ Darin Rania. (2021). TikTok Shop, Aplikasi Media Sosial yang Bikin Bisnis Makin Cuan. Retrieved October 14, 2023, from <https://jubelio.com/tiktok-shop-adalah/>

⁵ Survei: 45% Masyarakat Indonesia Doyan Belanja di TikTok Shop. Retrieved October 13, 2023, from <https://connect-gateway.pln.co.id/magazine/magazine/articles/detail/survei-45-masyarakat-indonesia-doyan-belanja-di-tiktok-shop>

Mahasiswa saat ini sudah sangat aktif dalam kegiatan berbelanja online karena sangat menghemat waktu dan memberikan kemudahan dalam melakukan sistem pembayaran. Gaya hidup berbelanja online sangat memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan dengan cepat dan praktis. Hal itu menjadi sebuah ketertarikan para mahasiswa. Berkembangnya teknologi yang ada memudahkan mahasiswa untuk melakukan pembelian produk baik produk fashion, makanan, skincare dan lain nya melalui toko online. Mahasiswa lebih dominan melakukan kegiatan sosial melalui dunia maya dibanding dengan dunia nyata dan bahkan sudah tidak asing lagi dengan teknologi. Mahasiswa lebih tertarik pada hal yang praktis dan sangat bergantung pada teknologi.

Kepraktisan dan ketergantungan terhadap teknologi menjadi bumerang bagi TikTok sendiri, dimana pemerintah menutup TikTok dengan alasan TikTok tidak memiliki izin berdagang sebagai platform e-commerce sesuai regulasi di Indonesia. Penutupan toko TikTok justru menimbulkan kekecewaan bagi seluruh pengguna TikTok.

Inilah sebabnya peneliti melakukan penelitian terhadap TikTok karena peneliti yakin bahwa TikTok sendiri memiliki nilai dan relevansi yang signifikan. Alasan peneliti melanjutkan penelitian ini karena Tiktokshop merupakan fenomena bersejarah dalam dunia e-commerce dan media sosial. Mempelajari sejarah platform ini telah memberikan banyak wawasan tentang tren, perubahan gaya hidup, dan pergeseran pasar dari waktu ke waktu.

1.1 Rumusan Masalah

Dengan pertimbangan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Pembentukan Persepsi Gaya Hidup Berbelanja Online di Tiktokshop Pada Mahasiswa Mercubuana Yogyakarta”

1.2 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pembentukan persepsi gaya hidup berbelanja online di tiktokshop pada mahasiswa mercubuana yogyakarta

1.3 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

Manfaat Akademis

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan mengetahui terkait gaya hidup belanja online pada tiktokshop
2. Dapat memberikan gambaran umum bagi para peneliti berikutnya terkait pembentukan persepsi gaya hidup berbelanja online tiktokshop pada mahasiswa

Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti lain dapat memberi manfaat untuk memperluas gambaran dalam penulisan skripsi. Bisa menjadi studi pembandingan maupun penunjang dalam penelitian mereka selanjutnya.
2. Bagi masyarakat luas sebagai salah satu sumber informasi tentang pembentukan persepsi gaya hidup belanja online di tiktokshop pada mahasiswa

1.4 Metodologi Penelitian

1.5 .1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah cara pandang yang digunakan peneliti untuk membantunya menemukan fakta melalui penelitian yang dilakukannya. Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif. Paradigma kualitatif adalah penelitian yang mengkategorikan orang-orang seperti subyek penelitian. Dalam hal ini paradigma ini menganut model humanistik karena menjadikan manusia sebagai subjek suatu fenomena atau peristiwa.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan paradigma kualitatif. Metode deskripsi kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filosofi postpositivisme⁶, yang dimana kegunaannya untuk mempelajari serta membahas terkait kondisi produk alam (sebagai lawan eksperimen), yang

⁶ Sugiyono, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D (Bandung: ALFABETA, 2018), 432.

dimana pada penelitian ini sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi (kombinasi). Apabila analisis data bersifat kualitatif, maka akan menekankan pada pemaknaan dan generalisasi pada temuan penelitiannya

Tujuan penelitian deskriptif kualitatif adalah menjelaskan serta mendeskripsikan terkait permasalahan permasalahan yang akan diteliti dengan cara mengkajiseseorang, kelompok, atau peristiwa sedetail mungkin. Dalam penelitian kualitatif, manusia sebagai instrumen penelitian dan hasil tertulis berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Dengan penjelasan di atas, peneliti bertujuan untuk melihat pembentukan persepsi gaya hidup belanja online di Tiktokshop di kalangan mahasiswa Mercubuana Yogyakarta. Sumber datanya juga dari mahasiswa Mercubuana Yogyakarta aralisasi pada temuan penelitiannya.

1.5.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang dilakukan yaitu metode deskriptif. Penelitian kualitatif berdasarkan pada konteks fenomena lokal, generalisasi hasil penelitian kualitatif terhadap populasi lebih besar⁷.

⁷ Deddy Mulyana and Solatun, Metode Penelitian Komunikasi (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2013), 12.

Metode penelitian kualitatif mengutamakan pada pengamatan yang lebih jelas dan mendalam pada perilaku manusia dan lingkungannya. Itulah sebabnya penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menjelaskan, mendeskripsikan, menganalisis pembentukan persepsi gaya hidup belanja online di Tiktokshop di kalangan mahasiswa Mercubuana Yogyakarta.

1.5.3 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan fokus data atau informasi yang diteliti untuk memecahkan masalah dengan menggunakan teori. Objek penelitian ini adalah Tiktokshop dari sudut pandang analisis deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data lisan, wawancara , rekaman dan sumber data tertulis. Wawancara yang akan dilakukan dengan mahasiswa Mercubuana Yogyakarta. Dengan data tertulis dapat diperoleh dari naskah berupa gambar dan video. Seluruh sumber data yang diperoleh digunakan untuk memperoleh data yang lengkap, sehingga dalam penelitian ini analisis deskriptif pembentukan persepsi gaya hidup dalam belanjaonline di Tiktokshop pada kalangan mahasiswa Mercubuana Yogyakarta dapat disebut sebagai penelitian.

1.5.4 Subjek Penelitian

Subjek Penelitian atau informan, adalah orang-orang yang memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi di lokasi penelitian. Berdasarkan pengertian topik

penelitian di atas, maka peneliti menguraikan penelitiannya adalah Mahasiswa Mercubuana Yogyakarta.

Dalam pengambilan subjek penelitian dimana Terdapat Kriteria Mahasiswa yang masuk dalam subjek penelitian penulis :

1. Merupakan mahasiswa/mahasiswa aktif Universitas Mercubuana Yogyakarta
2. Pengambilan Subjek Masing masing dari kampus 1, kampus 2, dan kampus 3 dengan fakultas yang berbeda.
3. Mahasiswa/ Mahasiswa pernah melakukan perbelanjaan Online dengan Platform Tiktokshop

Berikut Daftar Mahasiwa Mercubuana Yogyakarta Yang Termasuk Dalam Karateristik Penelitian

1. Martha Hagang, merupakan mahasiswi Aktif Fakultas Psikologi Universitas Mercubuana Yogyakarta, Lahir di Kalimantan pada tanggal 1 Mei 2002, martha merupakan mahasiwi yang aktif dalam melakukan perbelajaan online di TiktokShop. Martha merupakan mahasiswa kampus 3
2. Niken Pratiwi Merupakan mahasiswi aktif Fakultas Ilmu Komunikasi yang di Universitas Mercubuana Yogyakarta, Lahir di Yogyakarta pada tanggal 9 November 2002. Niken merupakan mahasiswa yang hampir

memiliki barang seperti baju dan sepatu dari perbelanjaan di tiktokshop dan memiliki gaya hidup berbelanja online. Niken merupakan mahasiswa kampus 3

3. Hafizh Irfan, merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercubuana Yogyakarta, Lahir di Pemalang pada tanggal 15 Septmber 2000. Hafizh merupakan seorang mahasiswa yang dimana memiliki gaya hidup berbelanja online di Tiktokshop dan memiliki ketertarikan belanja melalui tiktokshop. Hafizh merupakan mahasiswa kampus 3
4. Naufal, merupakan mahasiswa aktif Fakultas Manajemen di Universitas Mercubuana Yogyakarta, Lahir di Batam, pada tanggal 4 September 2003. Naufal pernah melakukan dan mencoba untuk melakukan perbelanjaan online melalui tiktokshop. Merupaka mahasiswa Kampus 3
5. Trifena Tambunan, merupakan mahasiswi aktif Fakultas Informatika di Universitas Merbuana Yogyakarta, Lahir di pontianak, pada tanggal 22 Desember 2005. Trifena merupakan mahasiswi yang memiiki gaya hidup dalam berbelanja online melalui tiktokshop. Trifena merupakan mahasiswa kampus 2.
6. Salpatris Lomo, merupakan mahasiswi aktif Fakultas Teknologi Informatika di Universitas Mercubuana Yogyakarta, Lahir di Larat pada tanggal 17 November 2003. Salpatris seorang mahasiswi yang senang

melakukan perbelanjaan online di Tiktokshop dibandingkan di platform belanja lainnya. Patris merupakan mahasiswi kampus 2

7. Dani, merupakan mahasiswa aktif Fakultas Teknologi Informatika di Universitas Mercubuana Yogyakarta, Lahir di Medan pada tanggal 25Maret 2001. Dani merupakan mahasiwa yang pernah melakukan perbelanjaan online melalui tiktokshop. Dani merupakan mahasiswa kampus 2
8. Bima merupakan mahasiswa aktif Fakultas Teknologi Informatika di Univeritas Mercubuana Yogyakarta, lahir di deli serdang, pada tanggal 3 maret 2003. Bima merupakan mahasiswa yang memilih belanja online melalui Tiktokshop. Bima mahasiwa kampus 2
9. Ninda Feronika Damanik , merupakan mahasiswi aktif Fakultas Manajemen di Universitas Mercubuana Yogyakarta. Lahir di Sarimatondang, pada tanggal 25 Juni 2002. Ninda merupakan mahasiswa yang senang berbelanja online melalui tiktokshop. Ninda merupakan mahasiwa kampus 1

1.5.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah pertama dan sangat penting dalam sebuah penelitian dikarenakan tujuan utama pada penelitian yaitu memperoleh data dengan standar data yang ditetapkan.

Teknik Pengumpulan Data yang dilakukan menggunakan metode kualitatif melalui :

a. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dimana terjadinya proses tanya jawab secara lisan dengan dua orang atau lebih baik bertemu secara langsung/fisik untuk mengetahui jawaban, pendapat dan motivasi seseorang. Dalam melakukan tahap wawancara, penulis menggunakan beberapa cara yaitu langsung dengan informan yang berkesempatan bertemu langsung, melalui telepon dengan informan yang tidak bisa bertemu langsung, dan melalui pertemuan yang memungkinkan informan bertemu dan bersiap untuk diwawancarai tatap muka.

b. Observasi

Menurut Sugiyono observasi merupakan kegiatan pencarian eksplorasi suatu objek. Saat melakukan observasi, peneliti memilih hal - hal yang ingin diamati dan mencatat hal-hal yang berhubungan dengan penelitian⁸. Dalam tahap observasi dimana penulis meminta informan untuk membawa atau menunjukkan hasil belanja online dari tiktokshop sebagai bukti bahwa informan termasuk pada kriteria penelitian penulis. Dimana dapat berupa tas, pakaian atau ataupun barang lain dari hasil pembelian online tiktokshop.

c. Dokumentasi

⁸ *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*, 454.

Dokumentasi adalah pengumpulan data dan informasi berupa buku, arsip, akunt, gambar tertulis, dan gambar dalam bentuk laporan dan informasi yang dapat menunjang penelitian. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi video dan gambar. Dalam tahap dokumentasi ini dimana penulis melakukan dokumentasi berbentuk foto ataupun hasil rekamansuara dengan pihak informan.

1.5.6 Teknik Analisis Data

Miles & Huberman menyatakan bahwa proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan hingga datanya lengkap. Data jenuh artinya tidak ada data atau informasi baru yang dapat diperoleh lagi⁹. Menurut Miles & Huberman aktivitas dalam analisis data kualitatif dibagi menjadi tiga, yaitu :

a. Reduksi Data

Merupakan proses perangkuman atau menfokuskan pada data data yang penting sehingga terbentuk menjadi data yang jelas. Sehingga data yang telah reduksi dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dapat terbentuk yang memberikan gambaran yang mudah untuk diteliti

b. Penyajian Data

Setelah dilakukan nya reduksi data maka langkah selanjutnya yaitu penyajian data atau Mendisplaykan data. Penyajian data merupakan kumpulan data data yang telah tersusun dan terstruktur sehingga dapat memberikan arah

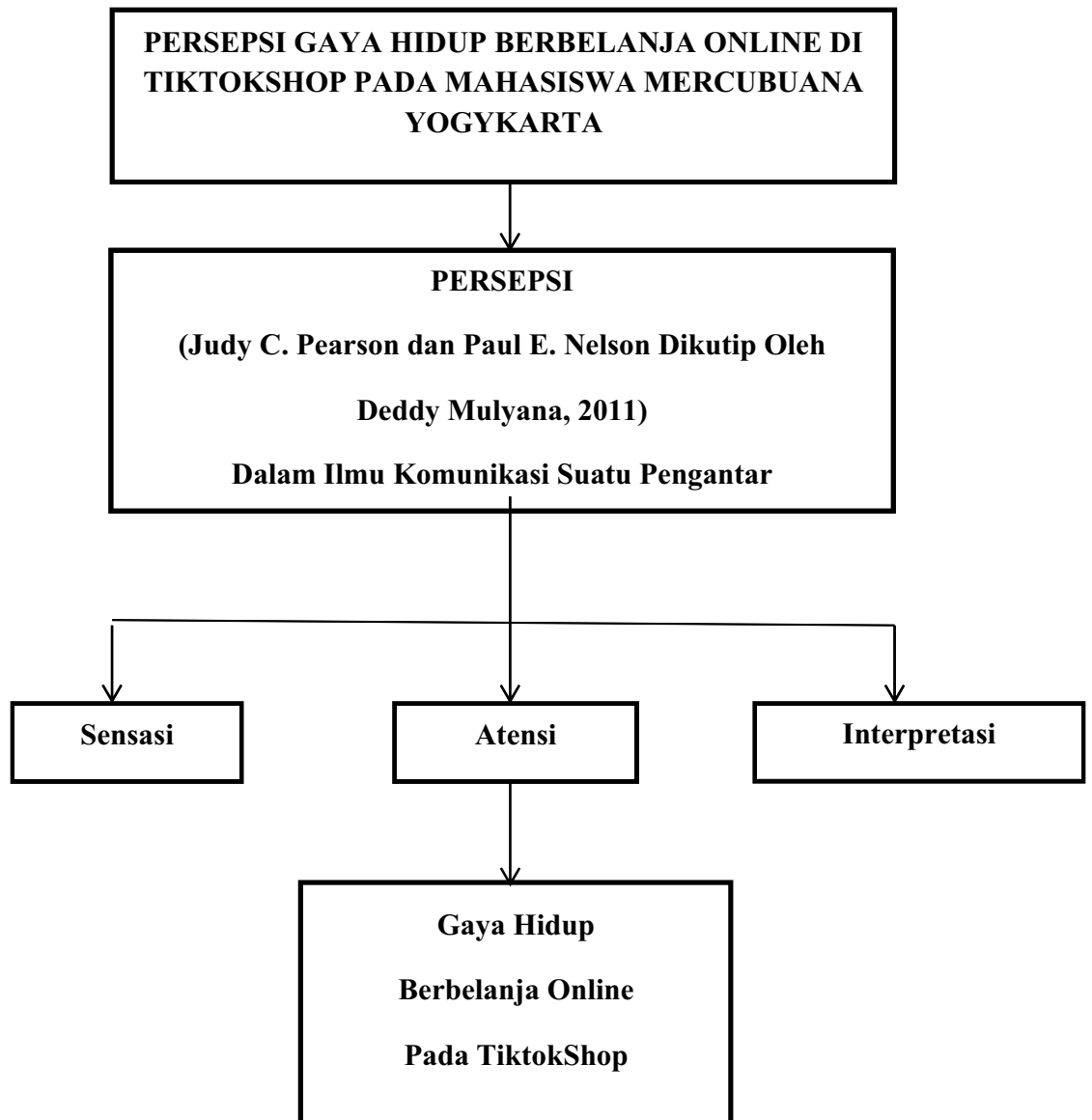
⁹ 484-485.

kesimpulan. Dalam Penyajian data yang dilakukan berbentuk teks yang dimana bersifat narasi.

c. Menarik Kesimpulan

Pada langkah kesimpulan dimana penarikan kesimpulan masih bersifat sementara. Penarikan Kesimpulan adalah kegiatan utama dalam mengumpulkan informasi yang lengkap dan kesimpulan ini juga penting selama penelitian. Kesimpulan akhir tetap pada data yang dicapai pada saat pengumpulan data, namun harus diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan.

1.6 Kerangka Konsep



1.6.1 Defenisi Konsep

Pendefinisian konsep berguna untuk menghindari kesalahan dalam mengartikan pembentukan persepsi gaya hidup belanja online di Tiktokshop di kalangan mahasiswa Mercubuana Yogyakarta. Pengertian konsep dalam penelitian ini adalah tentang suatu konsep yang memberikan penjelasan mengenai teori persepsi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori persepsi Judy. C Pearson dan Paul E. Nelson dalam buku “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”. Oleh karena itu, penulis membatasi diri pada persepsi, yang di dalamnya terdapat proses persepsi yaitu sensasi, perhatian, dan interpretasi¹⁰.

Dengan uraian diatas menyimpulkan bahwa pembentukan persepsi gaya hidup berbelanja online di tiktokshop pada mahasiswa mercubuana yogyakarta dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

1. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana individu menafsirkan dan memahami informasi sensorik yang mereka terima dari lingkungan. Panca indera seperti penglihatan dan pendengaran digunakan untuk mempersepsikan produk, peristiwa atau fenomena disekitarnya.

2. Sensasi

¹⁰ Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2012), 181.

Sensasi merupakan tahap awal pembentukan persepsi yang dimulai dari rangsangan pada indera. Sensasi berasal dari kata sense yang berarti persepsi yang menghubungkan suatu organisme dengan lingkungannya. Persepsi berfokus pada pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan dan pendengaran. Organ indera sangat berperan dalam kegiatan komunikasi manusia hingga memainkan peran yang penting.

3. Atensi

Atensi merupakan pengenalan secara sadar terhadap sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Proses atensi ini akan memperoleh informasi dari sensasi yang kemudian akan diproses keinterpretasi dengan hasil informasi proses dari sensasi itu sendiri.

4. Interpretasi

Interpretasi merupakan proses pembentukan persepsi yang penting yang dimana memiliki makna dari proses sensasi dan atensi yang dilalui. Pada proses interpretasi, maka akan memunculkan persepsi dari pengalaman pengalaman visual yang dimana akan terbentuk sebuah penilaian baik positif maupun negatif tergantung pada stimulus tertarik seseorang.

5. Gaya Hidup

Gaya Hidup merupakan sebuah bentuk pola tindakan, perilaku dan kebiasaan yang dimana diadopsi oleh individu atau kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Yang dimana gaya hidup tersebut mampu

mempengaruhi cara seseorang. Gaya hidup dapat bervariasi antara individu dan kelompok dan sering mencerminkan pada preferensi dan prioritas pribadi.

6. Belanja Online

Merupakan aktivitas yang melibatkan pembelian barang atau jasa melalui Internet menggunakan perangkat elektronik seperti komputer, smartphone, atau tablet. Dalam hal ini terjadi sebuah proses transaksi secara online. Hal ini sering kali dilakukan melalui situs web e-niaga atau aplikasi seluler khusus.

7. Tiktokshop

TikTokShop adalah sebuah platform yang beroperasi pada platform media sosial TikTok. Pada tiktokshop sendiri melibatkan penjualan produk dengan konten konten produk yang tentunya menarik perhatian setiap pengguna. Tiktokshop menjadi sebuah platform sosial commerce yang sangat diminati oleh masyarakat khususnya pada kalangan mahasiswa. Platform ini adanya penggabungan e-commerce dengan akses digital

1.6.2 Defenisi Operasional

Definisi operasional adalah kumpulan lengkap dari apa yang diamati dan bagaimana suatu variabel atau konsep diukur, memungkinkan seseorang untuk mengklasifikasikan fenomena lingkungan ke dalam nomenklatur variabel yang berbeda.

Adapun defenisi operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kerangka Konsep	Defenisi Operasional
Persepsi	Persepsi merupakan sebuah bentuk pengalaman terhadap suatu peristiwa atau fenomena yang didapat dari hasil penyimpulan suatu pesan atau informasi. Persepsi dalam hal ini bagaimana mahasiswa melihat peran belanja online di TikTokShop dalam membentuk atau mengubah gaya hidup mereka.
Sensasi	Sensasi merupakan Informasi atau pesan yang dikirimkan otak melalui proses indera baik penglihatan dan pendengaran, Persepsi yang muncul dimana sejauhmana mahasiswa merasakan bahwa belanja online di TikTokShop merupakan ekspresi dari gaya hidup mereka sendiri
Atensi	Atensi merupakan perhatian yang didapat. Persepsi yang muncul dimana sejauh

<p>Interpretasi</p>	<p>mana mahasiswa merasa terlibat dalam pengalaman belanja online di TikTokShop, seperti apakah mereka merasa 'tertarik' atau 'terlibat' dalam proses tersebut.</p> <p>Interpretasi merupakan kesan yang didapatkan oleh konsumen. Persepsi yang muncul dimana interpretasi mereka terhadap gaya hidup belanja online di TikTokShop mempengaruhi interaksi mereka dengan teman-teman sebaya, seperti pembicaraan atau rekomendasi produk</p>
<p>Gaya Hidup</p>	<p>Gaya hidup merupakan pola aktivitas seseorang yang dimana Se jauh mana mahasiswa berinteraksi dengan platform TikTokShop, seperti seberapa sering mereka mengaksesnya dan bagaimana mereka mengeksplorasi tawaran produk.</p>

<p>Online Shop</p>	<p>Sistem belanja online, yang dimana bagaimana belanja online di TikTokShop mencerminkan gaya hidup mahasiswa, termasuk apakah itu mencerminkan preferensi, nilai, atau kebiasaan mereka.</p>
<p>Tiktokshop</p>	<p>Tiktokshop merupakan platform atau aplikasi digital yang digunakan mahasiswa untuk berbelanja secara online, dengan fokus khusus pada tiktokshop</p>