

## ABSTRAK

Penggunaan internet di Indonesia semakin pesat yang tidak lepas dari budaya baru masyarakat seperti media sosial. Melalui sebuah media sosial banyak sekali orang yang mampu melakukan inovasi yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dan mengekspresikan diri melalui aplikasi video yang mempunyai fitur khusus untuk video pendek seperti TikTok. Karena penggunaan TikTok di Indonesia semakin berkembang, oleh karena itu pengelola TikTok harus memahami preferensi pengguna dalam menggunakan TikTok untuk meningkatkan kualitas dan kinerja layanan. Sejak kesuksesan aplikasi TikTok di Indonesia, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan TikTok.

Makalah ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan TikTok di Indonesia dan mengetahui faktor dominannya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok di Indonesia sebanyak 476 responden yang dipilih secara acak dengan menggunakan metode nonprobability sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam makalah ini adalah Analisis Faktor yang menggunakan 7 item variabel dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan. Hasil penelitian menggunakan EFA dan ditemukan 4 faktor baru yang terbentuk yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan TikTok di Indonesia, yaitu: faktor fitur produk, gaya hidup, ekspresi diri, dan keberadaan sosial.

**Kata Kunci:** TikTok, Analisis Faktor, Indonesia