

Nomor Skripsi: 4354/UN40.A2.13/PT/2023

**PENGARUH KONTEN VLOG MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP IMITATIF GENERASI Z**
(Studi Korelasional pada Generasi Z (Gen Z) Pengguna Aplikasi TikTok
#adayinmylife di Kota Bandung)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat



oleh

Rezaiva Humaira Tuffahaty

NIM 1901047

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KONTEN VLOG MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP IMITATIF GENERASI Z**

**(Studi Korelasional pada Generasi Z (Gen Z) Pengguna Aplikasi TikTok
#adayinmylife di Kota Bandung)**

oleh

Rezaiva Humaira Tuffahaty

NIM 1901047

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Deni Darmawan, S.Pd., M.Si., M.Kom., MCE.

NIP 197112281998021001

Pembimbing II,



Firman Aziz, S.Pd., M.Pd.

NIP 198302152009121004

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.

NIP 198507172014041001

**PENGARUH KONTEN VLOG MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP IMITATIF GENERASI Z
(Studi Korelasional pada Generasi Z (Gen Z) Pengguna Aplikasi TikTok
#adayinmylife di Kota Bandung)**

oleh
Rezaiva Humaira Tuffahaty
NIM 1901047

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Rezaiva Humaira Tuffahaty 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

Rezaiva Humaira Tuffahaty, 2023
**PENGARUH KONTEN VLOG MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP IMITATIF
GENERASI Z**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Pengaruh Konten Vlog Media Sosial TikTok Terhadap Pembentukan Sikap Imitatif Generasi Z (Studi Korelasional pada Generasi Z (Gen Z) Pengguna Aplikasi TikTok #adayinmylife di Kota Bandung)”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Rezaiva Humaira Tuffahaty

NIM 1901047

ABSTRAK

Tuffahaty, Rezaiva H. (2023). *Pengaruh Konten Vlog Media Sosial TikTok Terhadap Pembentukan Sikap Imitatif Generasi Z (Studi Korelasional pada Generasi Z (Gen Z) Pengguna Aplikasi TikTok #adayinmylife di Kota Bandung)*.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan sosial media yang melesat membuat banyaknya Generasi Z mudah mengakses dan meniru segala kegiatan yang ditampilkan khususnya di aplikasi TikTok. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh durasi, frekuensi, dan atensi secara simultan pada konten vlog #adayinmylife di media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap imitatif Generasi Z di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode studi korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampel dalam penelitian ini ialah purposive sampling dengan total sampel sebanyak 100 responden generasi Z yang merupakan pengikut konten vlog #adayinmylife atau pernah menonton konten vlog #adayinmylife di TikTok. Sampel tersebut diambil dengan menggunakan survei melalui *Google Form*. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagai berikut. *Kesatu*, ada pengaruh durasi yang signifikan sebesar 1,967 antara konten vlog #adayinmylife di media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap imitatif Gen Z di Kota Bandung. *Kedua*, ada pengaruh frekuensi yang signifikan sebesar 0,183 antara konten vlog #adayinmylife di media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap imitatif Gen Z di Kota Bandung. *Ketiga*, ada pengaruh atensi yang signifikan sebesar 4,016 antara konten vlog #adayinmylife di media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap imitatif Gen Z di Kota Bandung. *Keempat*, ada pengaruh antara konten vlog #adayinmylife di media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap imitatif Gen Z di Kota Bandung. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh durasi, frekuensi, dan atensi secara simultan pada konten vlog #adayinmylife di media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap imitatif Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini berimplikasi secara langsung terhadap generasi Z berkaitan dengan pembentukan sikap imitatif dengan hasil keseluruhan menunjukkan besarnya regresi antara variabel independen dengan variabel dependen adalah sebesar 74,9%.

Kata Kunci : *Media Sosial TikTok, Konten Vlog, Terpaan Media, Penggunaan Media Sosial, Sikap Imitatif*

ABSTRACT

Tuffahaty, Rezaiva H. (2023). *The Influence of Vlog Content on TikTok's Social Media on the Formation Imitative Attitudes of Generation Z (Correlational Study of Generation Z (Gen Z) Application Users the TikTok #adayinmylife in Bandung City)*.

This research background is motivated by the rapid development of social media which makes it easier for Generation Z to access and imitate all activities displayed, especially in the TikTok application. The aims of this research is to analyze how much influence duration, frequency, and attention of the simultaneous on #adayinmylife vlog content on TikTok's social media on the formation of imitative attitudes of Generation Z in Bandung City. This study uses a correlational study method with a quantitative approach. The sampling technique in this study is purposive sampling with a total sample of 100 Generation Z respondents who follow the #adayinmylife vlog content or have watched #adayinmylife vlog content on TikTok. The sample was taken using a survey via *Google Form*. The results of the study show the following. *First*, there is a significant duration effect of 1,967 between #adayinmylife vlog content on social media TikTok on the formation of Gen Z imitative attitudes in the Bandung City. *Second*, there is an significant frequency effect of 0,183 between #adayinmylife vlog content on social media TikTok on the formation of Gen Z imitative attitudes in the Bandung City. *Third*, there is an significant attention effect of 4,016 between #adayinmylife vlog content on social media TikTok on the formation of Gen Z imitative attitudes in the Bandung City. Thus, it can be concluded that there is a simultaneous effect of duration, frequency, and attention on #adayinmylife vlog content on social media TikTok on the formation of imitative attitudes of Generation Z. Consequently, this study has direct implications for Generation Z related to the formation of imitative attitudes with the overall results showing the magnitude of the regression between the independent variable and the dependent variable is 74.9%.

Keywords : TikTok Social Media, Vlog Content, Media Exposure, Use of Social Media, Imitative Attitudes.

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT yang dengan kasih sayang-Nya, tercurah rahmat dan karunia-Nya yang melimpah telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Konten Vlog Media Sosial TikTok Terhadap Pembentukan Sikap Imitatif Generasi Z (Studi Korelasional pada Generasi Z (Gen Z) Pengguna Aplikasi TikTok #adayinmylife di Kota Bandung)”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Skripsi ini dilatarbelakangi oleh bentuk perhatian penulis terhadap tren yang berkembang di masyarakat melalui paparan dari media sosial TikTok khususnya dari Konten Vlog #adayinmylife yang memberikan pengaruh tertentu terhadap perilaku masyarakat baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Skripsi ini terdiri atas lima bab yang terstruktur yakni; BAB I PENDAHULUAN yang terdiri atas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi; BAB II KAJIAN PUSTAKA yang terdiri atas definisi konseptual komunikasi massa, media sosial, media sosial TikTok, video blog (Vlog), konten vlog Gen Z, sikap imitatif, Teori SOR, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, paradigma penelitian dan hipotesis penelitian; BAB III METODOLOGI PENELITIAN yang terdiri atas desain penelitian, metode, dan pendekatan penelitian, tempat, waktu, dan partisipan penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik penganalisisan data, operasional variabel, pengujian instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan prosedur penelitian; BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN yang terdiri atas profil responden, karakteristik responden, analisa deskripsi tanggapan responden, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan pembahasan; dan BAB V PENUTUP yang terdiri atas simpulan, implikasi dan rekomendasi.

Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk tidak lepas dari bimbingan, dukungan serta do'a dari berbagai pihak yang sangat berperan penting. Penulis tidak menutup kemungkinan dalam

Rezaiva Humaira Tuffahaty, 2023

PENGARUH KONTEN VLOG MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP IMITATIF GENERASI Z

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga masih membutuhkan tinjauan serta umpan balik dari berbagai pihak. Oleh karena itu segala masukan dan saran yang dapat disampaikan akan sangat bermanfaat bagi pengembangan dari penelitian ini. Akhirnya, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat membawa manfaat baik secara akademis maupun praktis.

Bandung, Agustus 2023

Rezaiva Humaira Tuffahaty

NIM 1901047

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam Program Studi S1 Ilmu Komunikasi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu sehingga dapat menyelesaikan hingga tuntas. Oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
2. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
3. Prof. Dr. Agus Mulyana M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS), Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah banyak membimbing dan mendukung penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Deni Darmarmawan, M.Si., M.Kom., MCE. selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah membimbing dan mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Firman Aziz, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah banyak membimbing, mendukung serta mendoakan penulis selama proses penyusunan proposal serta laporan akhir skripsi ini.
7. Tito Edy Priandono, M.Si. selaku Dosen Pengampu Konsentrasi Kehumasan yang telah banyak membimbing serta memberikan kesempatan bagi penulis dalam mengembangkan diri khususnya *soft skill* dalam bidang kehumasan.

8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen khususnya dari Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan melimpah pada penulis selama proses perkuliahan berlangsung.
9. Gumilar Suhardirman, S.Pd. selaku Staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu terutama perihal administrasi penulis selama masa perkuliahan.
10. Kang Muhammad Endriski Agraenzopati Haryanegara, S.I.Kom. yang telah banyak membimbing dan membantu penulis selama masa perkuliahan hingga pada penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh informan penelitian yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktu dalam melakukan pengisian kuesioner untuk kebutuhan skripsi ini.
12. Kedua orang tua yang tercinta, Ayah Dam Riyanto dan Mama Iku Karlina yang selalu sabar dalam memberikan kasih sayang, do'a, dan bimbingan selama penulis menempuh pendidikan hingga pada akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini.
13. Gilbran Shera Desfirmansyah, pasangan sekaligus partner yang selalu sabar menemani, menanti, membantu, menyemangati dan mendo'akan penulis dari masa sekolah hingga masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
14. Adikku tercinta, Raizy Firasya Riyanto dan Raghil Athaya Gavirel yang selalu mendukung, membela dan mencurahkan tenaganya untuk senantiasa membantu.
15. Mbah, Nenek, Papap, serta seluruh keluarga besar Ciamis dan Gemah yang selalu mendukung dan mendo'akan penulis.
16. Para sahabat penulis yaitu Golongan V, Syani Grup, dan Fabulous yang selalu bersama selama masa perkuliahan dan perjuangan penyusunan skripsi ini baik dalam keadaan suka maupun duka.
17. Tata dan Devi yang telah membantu dan mensupport selama menyusun skripsi dari awal hingga akhir ini.
18. Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 yang telah mewarnai masa-masa perkuliahan penulis.
19. Seluruh pihak lain yang turut membantu dan mendukung penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala do'a, bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Untuk itu, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat membawa manfaat bagi para pembaca, umumnya masyarakat dan khususnya para akademisi.

Bandung, Agustus 2023

Rezaiva Humaira Tuffahaty

NIM 1901047

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Segi Teoretis	10
1.4.2 Manfaat Segi Praktis	10
1.4.3 Manfaat Segi Kebijakan.....	11
1.4.4 Manfaat Segi Isu serta Aksi Sosial	11
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Komunikasi Massa	14
2.2 Media Sosial	15
2.3 Media Sosial TikTok	18
2.4 Video Blog (Vlog)	20
2.5 Konten Vlog Gen Z	21
2.6 Sikap Imitatif Gen Z	22
2.7 Teori S-O-R (<i>Stimulus - Organism - Response</i>)	26
2.8 Penelitian Terdahulu	28
2.9 Kerangka Berpikir	38
2.10 Paradigma Penelitian	39
2.11 Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42

Rezaiva Humaira Tuffahaty, 2023

PENGARUH KONTEN VLOG MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP IMITATIF GENERASI Z

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.1 Desain Penelitian	42
3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian	43
3.2.1 Metode Penelitian	43
3.2.2 Pendekatan Penelitian	44
3.3 Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian.....	44
3.3.1 Tempat Penelitian	44
3.3.2 Waktu Penelitian.....	45
3.3.3 Partisipan Penelitian	45
3.4 Objek dan Subjek Penelitian.....	45
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.5.1 Populasi Penelitian.....	45
3.5.2 Sampel Penelitian	46
3.6 Instrumen Penelitian	47
3.6.1 Kuesioner	47
3.6.2 Skala Pengukuran	48
3.6.3 Studi Kepustakaan	49
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7.1 Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>).....	49
3.7.2 Kepustakaan (<i>Library Research</i>).....	50
3.7.3 Riset Internet (<i>Online Research</i>)	50
3.8 Teknik Pengolahan Data.....	50
3.8.1 Pengeditan Data (<i>Editing</i>).....	50
3.8.2 Transformasi Data (<i>Coding</i>)	51
3.8.3 Pemberian Skor atau Nilai	51
3.8.4 Tabulasi Data	51
3.9 Teknik Penganalisisan Data	52
3.9.1 Metode Statistik Deskriptif.....	52
3.9.2 Metode Statistik Inferensial.....	53
3.10 Operasional Variabel	54
3.10.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	55
3.10.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	55
3.11 Pengujian Instrumen Penelitian.....	63

3.11.1 Uji Validitas	63
3.11.2 Uji Reliabilitas	67
3.12 Uji Asumsi Klasik	68
3.12.1 Uji Normalitas.....	69
3.12.2 Uji Multikolinearitas.....	69
3.12.3 Uji Heterokedastisitas	70
3.13 Uji Hipotesis	70
3.13.1 Uji Korelasi.....	70
3.13.2 Uji Regresi Linear Berganda	71
3.13.3 Uji Simultan (Uji F).....	72
3.13.4 Uji Secara Parsial (Uji T).....	73
3.13.5 Uji Koefisien Determinasi dan adjusted R ²	73
3.14 Prosedur Penelitian	74
3.15 Jadwal Penelitian.....	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Profil Responden	76
4.2 Karakteristik Responden.....	77
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	78
4.3.1 Analisis Deskriptif Konten Vlog #ADayInMyLife	80
4.3.2 Analisis Deskriptif Pembentukan Sikap Imitatif	86
4.4 Uji Asumsi Klasik	87
4.4.1 Uji Normalitas.....	88
4.4.2 Uji Multikolineritas.....	90
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	91
4.5 Uji Hipotesis	93
4.5.1 Uji Korelasi.....	93
4.5.2 Uji Regresi Linear Berganda dan adjusted R ²	95
4.5.3 Uji F (Pengujian Simultan)	97
4.5.4 Uji T (Pengujian Parsial)	98
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi dan adjusted R ²	100

4.6 Pembahasan	100
4.6.1 Pengaruh Sub Variabel Durasi pada Konten Vlog #adayinmylife di Media Sosial TikTok terhadap Pembentukan Sikap Imitatif Gen Z.....	101
4.6.2 Pengaruh Sub Variabel Frekuensi pada Konten Vlog #adayinmylife di Media Sosial TikTok terhadap Pembentukan Sikap Imitatif Gen Z.....	102
4.6.3 Pengaruh Sub Variabel Atensi pada Konten Vlog #adayinmylife di Media Sosial TikTok terhadap Pembentukan Sikap Imitatif Gen Z.....	104
4.6.4 Pengaruh Konten vlog #adayinmylife di Media Sosial TikTok terhadap Pembentukan Sikap Imitatif Gen Z	105
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	109
5.1 Simpulan	109
5.2 Implikasi	109
5.2.1 Implikasi Teoretis	109
5.2.2 Implikasi Praktis	110
5.3 Rekomendasi	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN PENELITIAN	118
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	118
Lampiran 2 Data Responden	123
Lampiran 3 Tanggapan Responden	126
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas	132
Lampiran 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden	135
Lampiran 6 Analisa Deskriptif Tanggapan Responden.....	138
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	144
Lampiran 8 Uji Hipotesis	148
Lampiran 9 Hasil Pemeriksaan Turnitin.....	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas	90
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot	89
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model S-O-R	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 2.3 Kerangka Penelitian.....	39
Tabel 2.4 Paradigma Penelitian	40
Tabel 3.1 Desain Penelitian	43
Tabel 3.2 Metode Penelitian	44
Tabel 3.3 Kategori Penilaian Skala Likert	48
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel.....	56
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas X Terhadap Y	68
Tabel 3.7 Interpretasi Kategori Koefisien Korelasi	71
Tabel 3.8 Jadwal Penelitian.....	75
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 4.3 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi	79
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Konten Vlog #adayinmylife (n=100)	80
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Konten Vlog #adayinmylife	81
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Durasi (n=100).....	82
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Durasi	82
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Frekuensi (n=100)	83
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Frekuensi	84
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Atensi (n=100)	85
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Atensi	85
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Sikap Imitatif (n=100)	86
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Sikap Imitatif	87
Tabel 4.14 Hasil Uji Asumsi Klasik	87
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	91
Tabel 4.17 Uji Heterokedastisitas	92
Tabel 4.18 Koefisiensi Korelasi	93
Tabel 4.19 Hasil Uji Korelasi	94

Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	95
Tabel 4.21 Hasil Uji F	98
Tabel 4.22 Hasil Uji T	99
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi dan adjusted R.....	100

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135-148.
- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221-236.
- Ajeng, Andi Tenri. (2018). *Vlogger dan Konten Vlog Youtubers Palu: Motivasi Menjadikan Youtube Sebagai Media Berekspresi*. *Jurnal: Kinesik Vol 5 (3)*.
- Anshori, M., Iswati, S. (2009). *Buku Ajar: Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Aprilian, D., Elita, Y., & Afriyati, V. (2019). *Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 8 Kota Bengkulu*. *Consilia : Jurnal Ilmiah Bimbingan Dan Konseling*, 2(3), 220–228.
- Ardianto, Elvinaro dkk. 2009. *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- ASSHYFA, AZZAHRA AULIA. (2022). *PENGARUH TERPAAN KONTEN FASHION TIKTOK DI AKUN @NAZWAADINDA_02 TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF FOLLOWERSNYA*. Skripsi thesis, Universitas Tarumanagara.
- Astuti, E., & Andrini, S. (2021). *INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA*. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(02).
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Sikap manusia Teori dan pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka pelajar
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2009. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Massa Depan*, Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Humanika

- Cecep Darmawan, Hana Silvana, Heni Nuraeni Zaenudin, dan Ridwan Effendi. 2019. Pengembangan hubungan interpersonal remaja dalam penggunaan media sosial di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol 7(2)
- Darmawan, D. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Darmawan, D. (2008). *Mengenal Teknologi Informasi*.
- Darmawan, D., & Dr, M. (2007). *Teknologi informasi dan Komunikasi*. Bandung: Arum.
- Darmawan, D. (2012). Pendidikan teknologi informasi dan komunikasi teori dan aplikasi. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh konten vlog dalam youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Denis McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Doni, R Fahlepi. (2017). Perilaku penggunaan media sosial pada kalangan remaja. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 3(2).
- Dwiana, R. (2015). Peran Media Baru dalam Perubahan Relasi Kekuasaan. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 191–202.
- Effendi, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchyjana. 2009. *Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Errika Dwi. 2011. *Komunikasi dan Media Sosial*. *Jurnal Komunikasi*. Vol 3(1)
- FAHROZI, M. (2020). *PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Febriansyah, M., & Isnaini, M. (2020). Pengaruh Konten Channel Youtube Ericko Lim Terhadap Perilaku Imitatif Remaja. *PANTAREI*, 4(03).

- FERNIANSYAH, Amalia; NURSANTI, Siti; NAYIROH, Luluatu. (2021). *Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Kreativitas Berpikir Generasi Z*. Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia, [S.l.]. ISSN 2548-1398.
- Fitriansyah, F. 2018. Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Pengguna Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja. *CakrawalaJurnal Humaniora*, 18(2), 171-178.
- Gallagher, S. M. (2017). The influence of social media on teens' self-esteem.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0411>
- Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du)*. *Scriptura*, 10(1), 15-23.
- Juwariyah, A., Noodiana, N., & Wahyuning, E. (2021). *TikTok Function in the Millennial Era. In International Joint Conference on Arts and Humanities 2021 (IJCAH 2021)* (pp. 257-261). Atlantis Press.
- Khurahman, Taufik. (2011). *PENGARUH TERPAAN ACARA OPERA ANAK DI TRANS 7 TERHADAP PERILAKU IMITATIF ANAK DALAM BERBAHASA (Studi Pada Siswa Kelas 6 SDN 01 Sentul, Purwodadi-Pasuruan)*. Other thesis, University of Muhammadiyah Malang.
- Kristinova, J. C. (2022). *TINDAKAN IMITASI GAYA HIDUP PEMENGARUH PADA GENERASI MILENIAL*. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(2).
- Krech, David. 1996. *Social Attitudes: Sikap Sosial*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi model laswell dan stimulus-organism-response dalam mewujudkan pembelajaran menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.

- Lathifah, I. N., Herman, A., & Yusaputra, M. I. (2018). *Pengaruh Mengakses Korean Wave terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu*. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 111-126.
- Lestari, Rima Eva (2011) *PENGARUH EXPOSURE DORAMA KOREA TERHADAP PERILAKU IMITATIF KOMUNITAS K-POP DI YOGYAKARTA*. Other thesis, UPN "VETERAN" YOGYAKARTA.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika [13]
- Li, X. (2019). *Exploration of Generation Z Using Social Media from an Emotion Perspective* (Doctoral dissertation, The University of Arizona).
- Luviani, A., & Delliana, S. (2020). *PENGARUH TERPAAN TAYANGAN ANIMASI NUSSA OFFICIAL (CUCI TANGAN YUK) DI YOUTUBE TERHADAP PERILAKU IMITASI ANAK*. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Manap, J., Hamzah, M. R., Amin, A. S., Izani, N. N. M., Idris, F., Hamjah, S. H., ... & Saim, N. J. (2016). *Penggunaan dan Implikasi Media Sosial Terhadap Remaja Generasi Z*. *International Conference on Social and Economic Development*.
- Marjerison, R. K., & Gan, S. (2022). *Social Media Influencers' Effect on Chinese Gen Z Consumers: Management and Use of Video Content Platforms*. In *Research anthology on social media advertising and building consumer relationships* (pp. 1573-1592). IGI Global.
- Moscrip, A. N. (2019). *Generation Z's Positive and Negative Attributes and the Impact on Empathy After a Community-Based Learning Experience*.
- Maulana, J. (2021). *PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP SOSIAL MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN*. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*.
- Nurudin, N. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada.

- Nasrullah, M. S., & Rulli, D. (2018). *Riset khalayak digital: Perspektif khalayak media dan realitas virtual di media sosial*. Bandung Institute of Technology. Prato, M.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Galih Aji. (2016). *Pengaruh Penggunaan, Jejaring Sosial Terhadap Sikap Kelas X Sma 3 Negeri Salatiga Tahun Pelajaran 2015/2016*. Salatiga: IAIN
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage.
- Palupi, N. D., Meifilina, A., & Harumike, Y. D. N. (2020). The effect of using Tiktok applications on self-confidence levels. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 5(2), 66-74.
- PUTRI, M. D., Mahriani, R., & Nisyak, H. (2019). *PENGARUH TERPAAN KONTEN VLOG ATTA HALILINTAR DI SOSIAL MEDIA YOUTUBE TERHADAP MINAT MEMBUAT VLOG (STUDI PADA SISWA KELAS 7 DAN 8 SMP LTI IGM PALEMBANG)* (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).
- Prianbodo, B. (2018). *Pengaruh "TikTok" terhadap kreativitas remaja surabaya* (Doctoral dissertation, Stikosa-AWS).
- Rahmawati, A. Y. (2019). *Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad*. Yogyakarta: Digilib. Uin-Suka. Ac. Id.
- Romadhon, Muhammad Rendy. (2019). *Pengaruh Akun Dakwah "Shift" di Instagram terhadap Perilaku Imitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rosdiana, A., & Nurnazmi, N. (2021). *Dampak Aplikasi Tiktok dalam Proses Sosial di Kalangan Remaja Rabadompu Timur*. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 4(1), 100-109.
- Sendjaja, S. D., Rahardjo, T., Pradekso, T., & Sunarwinadi, I. R. (2014). *Teori komunikasi*.

- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Prenada Media Group: Jakarta
- Wichaksana, G. D. (2021). *PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN KOMUNIKASI DAKWAH DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU IMITATIF MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL* (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- Yustian, Muhamad Rendy and Aminah, Ratih Siti and Ginting, Wiranta Yudha. (2021). *PENGARUH TERPAAN TAYANGAN VLOG DI KANAL YOUTUBE REZA OKTOVIAN TERHADAP PERILAKU SUBSCRIBER (SURVEI REMAJA USIA 18-24 TAHUN DI KOTA BOGOR)*. Skripsi thesis, Universitas Pakuan.
- Zein, S. Z., Yasyifa, L. Y., Ghazi, R. G., Harahap, E., Badruzzaman, F. H., & Darmawan, D. (2019). Pengolahan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS. *Teknologi Pembelajaran*, 4(2).
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). *Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi z di era digital*. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87.