

BAB III

METODE PENELITIAN

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Sekaran ialah cetak biru atau rencana untuk mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis data untuk menjawab pertanyaan pada penelitian yang diajukan (Sekaran et al., 2016) dalam (Darmawan et al, 2019). Maka dari itu desain penelitian merupakan rincian informasi yang akan dilakukan oleh peneliti antara lain mencakup beberapa hal yaitu proses mengumpulkan data, dimana data diperoleh, menggunakan alat apa, dan bagaimana analisis data untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan. Desain penelitian ini dapat menjawab permasalahan yang diajukan dengan rinci tentang aspek sebagai berikut: (1) jenis penelitian yang akan dilakukan, eksperimen atau non eksperimen, (2) teknik dan instrumen pengumpulan data yang akan digunakan, (3) rancangan penarikan sampel penelitian, dan (4) rancangan analisis data. (Sekaran et al, 2016) dalam (Darmawan et al., 2019).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam (Sugiyono, 2012) disebut kuantitatif karena penggunaan statistik berupa angka-angka dan analisis untuk data penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang ditentukan, metode korelasional digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (X) terpaan konten *fashion* dengan variabel dependen (Y) perilaku imitasi. Menurut (Kriyantono, 2014), metode korelasional bertujuan untuk mencari tahu ada atau tidaknya hubungan antar dua variabel atau lebih, yang nantinya dapat diketahui terdapat sifat hubungan yang positif atau negatif.

Bentuk penelitian korelasional yaitu peneliti menggunakan statistik korelasional untuk mendeskripsikan dan mengukur tingkat atau hubungan antara dua atau lebih variabel atau rangkaian skor (Creswell, 2014). Penelitian dengan cara ini bertujuan untuk mengungkap bentuk hubungan timbal balik antarvariabel yang diteliti (Ardial, 2015). Maka dari itu, metode atau pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang antara variabel independen (X)

Terpaan Konten *Fashion* dengan indikator (X1) Frekuensi (X2) Durasi (X3) Atensi, terhadap (Y) Perilaku Imitasi. Dasar dari penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif, keutamaan dari penelitian ini adalah kebebasan data kemudian data dari penelitian ini adalah rangkuman dari seluruh populasi.

Untuk melakukan sebuah penelitian maka harus dibangun kerangka. Desain penelitian ini menggunakan metode Korelasional yang akan digunakan untuk menguji dan mendeskripsikan pengaruh antar variabel. Maka, dalam penelitian ini akan diteliti variabel independen (X) pengaruh terpaan konten *fashion* terhadap (Y) perilaku imitasi.

Objek, Subjek dan Tempat Penelitian

3.2.1 Objek

Penelitian ini berhubungan dengan apa, siapa dan bagaimana melakukan penelitian. Objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian, dapat berupa orang, organisasi ataupun barang yang diteliti (Supranto, 2000). Atribut dalam variabel independen terpaan konten *fashion* @Mmivia dan variabel dependen perilaku imitasi merupakan objek dalam penelitian ini.

3.2.2 Subjek

Penelitian adalah sasaran yang tepat berdasarkan kriteria dan tujuan tertentu yang ditetapkan dan memenuhi syarat untuk menjawab sesuai data yang dibutuhkan. Pemilihan partisipan ini juga telah disesuaikan dengan tujuan penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok, sehingga nantinya populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi TikTok yang mengikuti akun @Mmivia. Sampel akan diambil secara linear berdasarkan populasi penelitian, sehingga data yang didapat akan valid serta memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan awal penelitian.

2.2.3 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, tetapi lokasi subjek yang diteliti tidak terbatas. Hal ini berkaitan dengan sampel yang akan diteliti berada di dalam jaringan (*online*).

3.4 Operasional Variabel

Variabel dideskripsikan sebagai segala sesuatu yang dapat dipengaruhi atau diubah (Darmawan et al., 2019). Variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang memiliki kebebasan bentuk, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang suatu hal yang kemudian dapat ditarik kesimpulan dari informasi tersebut (Liana, 2009). Indriantoro dalam (Liana, 2009) menjelaskan macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi Variabel Independen, Variabel Dependen, Variabel *Moderating*, dan Variabel *Intervening*.

Kajian teoritis diatas dapat dijelaskan lebih detail agar dapat diketahui mana bagian yang akan digambarkan pada variabel yang akan dimanipulasi. Tahapan penelitian yang menggunakan kuantitatif ini berfungsi menyambungkan pola pikir yang biasa dengan pola pikir tertentu, begitu pula sebaiknya. Kemudian melalui sistem operasi variabel tersebut, dihasilkan data yang diubah dari hipotesis yang tersedia (Kusnendi, 2007).

3.3.1 Variabel Independen (X) : Pengaruh Terpaan Konten Fashion

Menurut Indriantoro (199: 63-68), Variabel independen (X) adalah variabel yang menjelaskan atau memengaruhi variabel yang lain. Variabel independen disebut juga variabel yang diduga sebagai sebab atau variabel yang mendahului. Variabel X meliputi tiga aspek di dalamnya yaitu Frekuensi (X1), Durasi (X2), dan Atensi (X3). Terpaan

suatu media dapat juga diukur oleh atensi, durasi dan juga frekuensi (Rakhmat, 2004).

- 1) Frekuensi diukur dengan seberapa sering audiens menonton konten *fashion @Mmivia* di Tiktok.
- 2) Durasi sebagai pengukur waktu seberapa lama audiens menghabiskan waktu untuk mengakses informasi atau konten *fashion @Mmivia* di Tik Tok.
- 3) Atensi sebagai pengukur perhatian audiens saat menyerap informasi atau konten *fashion @Mmivia* di Tiktok.

3.3.2 Variabel Dependen (Y) : Perilaku Imitasi

Menurut (Indriantoro, 1999), Variabel dependen (Y) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen disebut juga variabel yang diduga sebagai akibat. Sesuai dengan hal tersebut pada penelitian ini ialah perilaku imitasi remaja yang terdiri dari 4 aspek sebagai berikut:

- 1) Atensi: Seorang individu akan memilih objek yang memiliki karakteristik tertentu yang paling sesuai atau mereka akan fokus pada hal-hal yang ingin mereka perhatikan dari objek tersebut.
- 2) Retensi: Seseorang dapat menyimpan informasi dan mempertahankan hal yang mereka amati tersebut dalam memorinya pada jangka waktu tertentu.
- 3) Pembentukan perilaku: Berdasarkan Teori S-O-R, stimulus dapat memberikan pengaruh yang bersifat segera atau langsung dan sangat menentukan hasil respon hingga perilaku dari khalayak.
- 4) Motivasi akan dihasilkan apabila ada sebuah tekanan yang dihasilkan karena adanya kebutuhan dari individu yang belum terpenuhi. Kebutuhan tersebut akan diaktifkan dalam diri seseorang ketika ada kecocokan yang memadai antara keadaan aktual dan keadaan yang diinginkan atau disukai.

Variable Penelitian	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Variabel Independen: Terpaan Konten Fashion Video TikTok @Mmivia	Frekuensi (X1)	<ul style="list-style-type: none"> • Intensitas • Kebiasaan 	1. Saya intens menonton konten <i>fashion</i> @Mmivia di TikTok.
	Atensi (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • Antusiasme • Ketertarikan • Sikap • Pemahaman 	2. Saya fokus saat menonton konten <i>fashion</i> di akun TikTok @Mmivia.
			3. Saya tertarik dengan isi konten <i>fashion</i> yang diunggah @Mmivia.
			4. Saya memperhatikan isi pesan yang disampaikan dalam konten <i>fashion</i> yang diunggah @Mmivia.
			5. Saya menonton setiap unggahan konten terbaru dari akun TikTok @Mmivia.

			6. Saya memahami isi pesan yang disampaikan dalam konten @Mmivia.
	Durasi (X3)	<ul style="list-style-type: none"> • Waktu • Konsistensi 	7. Saya menonton konten <i>fashion</i> @Mmivia dari awal hingga akhir penayangan.
			8. Saya menonton konten <i>fashion</i> @Mmivia di awal penayangan saja.
			9. Saya menonton konten <i>fashion</i> @Mmivia setengah penayangan saja.
Variabel Dependen: Perilaku Imitasi (Y)	Proses Perhatian (<i>Attention</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Perhatian • Sikap 	10. Saya mengamati semua konten <i>fashion</i> yang diunggah @Mmivia.
			11. Saya menonton setiap konten @Mmivia dari awal hingga akhir penayangan.

			12. Saya memutar ulang konten <i>fashion</i> yang diunggah @Mmivia.
			13. Saya memperhatikan pakaian yang dikenakan @Mmivia dalam kontennya.
	Retensi (Proses Mengingat)	<ul style="list-style-type: none"> • Ingatan • Perhatian 	14. Saya hafal <i>outfit</i> yang dikenakan @Mmivia dalam kontennya.
			15. Saya hafal tahapan <i>mix and match outfit</i> dari konten <i>fashion</i> @Mmivia.
			16. Saya mendapatkan rekomendasi <i>outfit</i> dari konten <i>fashion</i> @Mmivia.
	Pembentukan Perilaku (<i>Retoris Reproduction</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Perasaan • Ketertarikan • Perilaku • Motif 	17. Saya membeli pakaian yang direkomendasi dalam konten @Mmivia.
			18. Saya mencoba gaya busana yang sama seperti @Mmivia.

			19. Saya mengikuti tips dan trik <i>fashion</i> dari konten @Mmivia.
	<i>Motivasional</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Perilaku ● Pemenuhan Kebutuhan ● Kepuasan ● Motivasi 	20. Saya termotivasi untuk bergaya busana seperti @Mmivia sehari-hari.
			21. Saya merasa percaya diri mengenakan gaya busana yang sama/mirip seperti konten <i>fashion</i> @Mmivia.
			22. Gaya berbusana saya harus dituntun oleh konten <i>fashion</i> @Mmivia.
			23. Saya merasa nyaman mengenakan gaya busana seperti konten <i>fashion</i> @Mmivia.
			24. Saya puas dengan kemampuan berbusana saya setelah menonton konten <i>fashion</i> @Mmivia.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut (Harinaldi, 2005) populasi merupakan kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Jadi, pengertian populasi dalam statistik merujuk pada seluruh ukuran, hitungan atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu penelitian dan tidak terbatas. Populasi yang akan diteliti adalah seluruh pengikut akun @Mmivia di media sosial TikTok.

3.5.2 Sampel

Penelitian ini akan menggunakan metode penarikan sampel dengan peluang (*probability sampling*) dengan teknik *simple random sampling*. *Probability sampling* merupakan penarikan sampel dengan membagikan peluang yang sama terhadap setiap elemen populasi untuk ditarik sebagai subjek sampel (Suryadi E. et al., 2019). *Simple random sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Hanya anggota populasi yang sesuai kriteria peneliti yang dapat dipilih sebagai sampel (Suryadi E. et al., 2019).

Sampel dalam (Sugiyono, 2013), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dikatakan sebagai wakil semua unit strata dan sebagainya yang ada dalam populasi (Bungin, 2014). Dari populasi akan ditarik sampel menggunakan formula yang dirumuskan oleh Slovin (Rochmah, 2016). Formula pengambilan sampel tersebut ialah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persentase batas toleransi (*margin of error*)

Menggunakan populasi yang telah ditentukan sebelumnya, ukuran sampel akan menjadi:

$$n = \frac{3.400.000}{3.400.000 \times (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{3.400.000}{1 + 3.400.000 (0,01)}$$

$$n = \frac{3.400.000}{1 + 34.000}$$

$$n = \frac{3.400.000}{35.000}$$

$$n = 97,1428 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dari hasil perhitungan di atas, dapat ditentukan bahwa ukuran sampel sebanyak 97,1428 dibulatkan menjadi 100 maka sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini berjumlah 100 orang representasi dari populasi sebagai responden.

3.6 Instrumen Penelitian

3.6.1 Angket (Kuisisioner)

Data primer dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai teknik pengumpulan data. Kuisisioner atau angket merupakan instrumen berisi kumpulan pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden (Suryadi E. et al., 2019). Responden disebut juga sebagai individu yang akan menjawab seluruh pernyataan yang peneliti ajukan. Teknik pengumpulan data melalui survei kuisisioner *Google Form* akan

diterapkan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang sesuai. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada pengikut @Mmivia di TikTok. Kuisisioner akan disebar hingga mencapai jumlah sampel yang dibutuhkan. Selanjutnya, hasil penyebaran kuisisioner akan diolah pada tahap penelitian selanjutnya.

3.6.2 Studi Kepustakaan

Dalam melakukan penelitian, diperlukan pengkajian teori dari penelitian-penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti. Kerangka berpikir dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian. Kerangka berpikir berasal dari teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Menurut (Idy S. et al.,2016) teori ilmiah memiliki dua fungsi dalam penelitian. Pertama, teori merupakan alat untuk mencapai satuan pengetahuan yang sistematis. Kedua, teori membimbing penelitian. Dari teori inilah peneliti dapat menjabarkan hipotesis baru atau menguji jika ada teori yang berlawanan.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan teori dan konsep melalui studi kepustakaan berdasarkan kanal-kanal informasi ilmiah berupa buku, laman internet, data statistik, jurnal penelitian, artikel, atau sumber lain yang dibutuhkan dan terkait dengan penelitian. Adapun rincian dari studi kepustakaan yang dijadikan sebagai rujukan teori atau sumber dan prinsip dalam penelitian ini yaitu berupa buku-buku mengenai komunikasi massa, psikologi komunikasi serta metode penelitian komunikasi. Jurnal-jurnal penelitian terdahulu terkait aplikasi TikTok, media sosial, perilaku imitasi, *S-O-R Theory* dan lain sebagainya yang berkaitan dengan judul penelitian. Serta sumber internet terkait data survei seperti survei pengguna TikTok, data kependudukan Kota Bandung dan sejenis lainnya yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai data pendukung.

4 Skala Pengukuran

Skala interval Likert menjadi skala pengukuran angket yang digunakan dalam penelitian ini karena sesuai dengan kebutuhan

penelitian. Skala Likert merupakan skala yang didesain untuk mencari tahu seberapa kuat atau lemah tingkat persetujuan responden atas suatu topik atau objek (Edi S. et. al., 2019). Pada skala Likert, peneliti harus merancang sejumlah pernyataan tentang suatu topik dan responden diwajibkan memilih salah satu dari pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju serta sangat tidak setuju. Menyesuaikan dengan keperluan penelitian, pilihan sangat sering, sering, jarang, dan tidak pernah juga akan dimasukkan sebagai pilihan pada beberapa butir pernyataan dengan bobot nilai yang sama.

Dalam penelitian ini peneliti telah menetapkan variabel penelitian yang akan diukur yaitu terpaan konten *fashion* sebagai variabel independen (X) mencakup frekuensi (X1), atensi (X2), durasi (X3) serta perilaku imitasi sebagai variabel dependen (Y). Berikut empat kategori penilaian yang digunakan dalam skala Likert, masing - masing kategori jawaban memiliki bobot nilai sebagai berikut :

Tabel 3.4. 1 Kriteria Bobot Nilai Alternatif Skala Likert

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju / Sangat Sering	4
Setuju / Sering	3
Tidak Setuju / Jarang	2
Sangat Tidak Setuju / Tidak Pernah	1

3.5 Pengujian Instrumen Penelitian

Setelah penyusunan instrumen, instrumen perlu diuji agar dapat dinilai kelayakannya agar dapat digunakan sebagai sumber data utama. Operasional variabel yang sudah dijabarkan sebelumnya perlu melalui uji validitas dan reliabilitas agar validitas dan reliabilitasnya tidak meragukan saat disebar kepada responden.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan cara uji untuk mengetahui kecakapan suatu instrumen pengumpulan data (kuisisioner), apakah instrumen sudah mengukur konsep atau konstruk yang ingin diukur (Silalahi, 2018). Validitas berkaitan dengan kebenaran konsep yang diukur (Suryadi E. et al., 2019). Instrumen pengukur dapat disebut valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur serta mampu menghasilkan data tentang karakteristik gejala yang diteliti dengan tepat (Silalahi U., 2018). Rumus yang digunakan untuk uji validitas instrumen penelitian ini adalah *product moment* oleh Karl Pearson sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = r hitung

$\sum x$ = jumlah skor item

$\sum y$ = jumlah skor total

N = jumlah individu dalam sampel

Penentuan valid atau tidaknya suatu instrumen ditentukan dengan r hitung item. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap 24 unit item dengan menyertakan 30 orang sebagai responden.

Keputusan suatu instrumen valid atau tidak menurut Ghazali (2018, hlm. 53) ditentukan dengan formula berikut;

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dinyatakan tidak valid.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Untuk Item Variabel X

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	Nilai R tabel	Hasil
Terpaan konten Fashion Video Tiktok (X)	1.	0,498	0,34937	Valid
	2.	0,723	0,34937	Valid
	3.	0,507	0,34937	Valid
	4.	0,873	0,34937	Valid
	5.	0,873	0,34937	Valid
	6.	0,873	0,34937	Valid
	7.	0,821	0,34937	Valid
	8.	0,874	0,34937	Valid
	9.	0,873	0,34937	Valid
Perilaku Imitasi (Y)	1.	0,595	0,34937	Valid
	2.	0,796	0,34937	Valid
	3.	0,526	0,34937	Valid
	4.	0,877	0,34937	Valid
	5.	0,825	0,34937	Valid
	6.	0,796	0,34937	Valid
	7.	0,825	0,34937	Valid
	8.	0,825	0,34937	Valid
	9.	0,665	0,34937	Valid
	10.	0,795	0,34937	Valid
	11.	0,825	0,34937	Valid
	12.	0,444	0,34937	Valid
	13.	0,665	0,34937	Valid
	14.	0,799	0,34937	Valid
	15.	0,755	0,34937	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Dapat diperhatikan pada tabel di atas, bahwa nilai *pearson correlation* dari 9 pertanyaan $> 0,34937$ (R tabel) yang mana hasil uji tersebut menunjukkan bahwa masing-masing pertanyaan pada pertanyaan variabel X adalah valid dan dapat digunakan untuk analisis

lanjut. Selanjutnya, tabel juga menunjukkan data hasil uji validitas Y dengan nilai *pearson correlation* dari 15 pertanyaan $> 0,34937$ (R tabel). Hal ini menunjukkan bahwa tiap pertanyaan pada pertanyaan variabel Y adalah valid dan dapat digunakan untuk analisis lanjut. Berdasarkan dari hasil uji validitas baik terhadap variabel X dan Y, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah valid dan dapat digunakan guna analisis lebih lanjut.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk menentukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dari instrumen pengukur yang dipercaya (Silalahi, U., 2018). Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan terhadap instrumen atau kuesioner yang telah tervalidasi. Jika hasil pengukuran menggunakan instrumen tetap konsisten, dan karenanya kredibel, maka instrumen tersebut dianggap reliabel (Trianto, 2010).

Untuk menguji reliabilitas instrumen, peneliti menggunakan rumus Koefisien Alpha Cronbach seperti berikut :

$$\alpha = \left(\frac{K}{K - 1} \right) \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan :

α = reliabilitas instrumen

k = jumlah item yang diuji

$\sum Si^2$ = total varians tiap item

Sx^2 = variansi jumlah skor

Metode Alpha Cronbach diukur menggunakan skala dari 0 - 1. Keberhasilan uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrumen ditentukan berdasarkan koefisien reliabilitas (Silalahi U., 2018). Untuk pedoman interpretasi skor interval koefisien, peneliti merujuk kepada pedoman dari Sugiyono (2017) yang dijabarkan dalam tabel berikut :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,2 - 0,399	Rendah
0,4 - 0,599	Sedang
0,6 - 0,799	Kuat
0,8 - 1	Sangat Kuat

Koefisien reliabilitas di atas menjadi referensi tingkatan reliabilitas instrumen dengan kategori dari yang sangat rendah hingga sangat kuat. Menurut Nunnally sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai koefisien alfa $> 0,70$ (Ghozali, 2013). Dapat disimpulkan bahwa semakin kuat hasil uji reliabilitas, maka instrumen yang diuji semakin reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas Data Variabel

Variabel	Alpha Cronhbach Score	N of Items	Hasil
Konten Video Fashion (X)	0,912	9	Sangat Kuat
Perilaku Imitasi (Y)	0,926	15	Sangat Kuat

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Setelah melakukan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha*, dapat terlihat pada tabel di atas bahwa didapatkan hasil dari data variabel X yakni $0,912 > 0,7$ serta data variabel Y $0,926 > 0,7$. Dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel independen maupun dependen reliabel karena koefisien reliabilitasnya $> 0,7$. Berdasarkan hasil dari uji validitas serta uji reabilitas yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang digunakan telah teruji sehingga dapat dijadikan alat ukur dalam penelitian.

3.6 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan langkah yang wajib diikuti oleh peneliti dalam menyusun penelitian. Prosedur penelitian ini dilakukan dengan seksama dan rinci. Tahapan prosedur penelitian dimulai dari menentukan masalah yang akan diteliti, hingga akhirnya menulis kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan.

Berikut tahapan prosedur penelitian yang dilakukan:

1. Peneliti mencari dan mengidentifikasi kasus atau isu yang akan diteliti.
2. Peneliti melakukan studi awal dengan mencari informasi dan data-data awal seperti penelitian terdahulu dan jurnal-jurnal yang sesuai dengan tema penelitian.
3. Peneliti merancang rumusan masalah yang hendak diteliti dengan sumber data-data yang didapat.
4. Peneliti menentukan metodologi yang sesuai dengan topik penelitian, seperti menentukan rumus statistika yang akan digunakan serta menetapkan pendekatan kuantitatif untuk penelitian.
5. Peneliti merumuskan hipotesis dan kemungkinan yang akan terjadi.
6. Mengumpulkan data menggunakan alat bantu pada proses penelitian seperti membuat kuisioner dan studi pustaka.
7. Data yang terkumpul akan diolah dengan hasil dalam bentuk grafik, nilai statistika dan tabel agar memudahkan dalam memahami dan menganalisis data.
8. Hasil dari analisis data akan peneliti tarik kesimpulan, rekomendasi dan saran sesuai dengan prosedur penelitian di atas.

3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode berikut :

3.7.1 Metode Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif terdiri dari analisis deskriptif univariat dan analisis korelasional bivariat dan multivariat (Silalahi, 2018:36). Peneliti menggunakan analisis korelasional atau bivariat guna menjawab

rumusan masalah pada penelitian ini. Analisis korelasional atau bivariat merupakan analisis statistika yang berkaitan dengan dua variabel. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh terpaan konten *fashion* terhadap perilaku imitasi pengikut akun TikTok @Mmivia. Berikut langkah dalam melakukan analisis data: (1) menetapkan kriteria kategorisasi; (2) melakukan penghitungan nilai statistik deskriptif; serta (3) menjelaskan variabel (Kusnendi, 2017).

1) Kriteria Kategorisasi

$$X > (\mu + 1,0\sigma) \quad : \text{Tinggi}$$

$$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma) \quad : \text{Moderat / Sedang}$$

$$X < (\mu - 1,0\sigma) \quad : \text{Rendah}$$

Dengan:

$$X = \text{Skor Empiris}$$

$$\mu = \text{rata-rata teoritis} = (\text{skor min} + \text{skor maks})/2$$

$$\sigma = \text{simpangan baku teoritis} = (\text{skor maks} - \text{skor min})/6$$

2) Distribusi Frekuensi

Data variabel diubah ke dalam data ordinal, dilakukan penyesuaian dengan yang tercantum pada tabel berikut.

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Moderat	2
Rendah	1

Sumber: Kusnendi, 2017, hlm. 6

3.7.2 Metode Analisis Data Kuantitatif

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik Analisis Regresi Ganda. Analisis regresi ganda merupakan alat analisis pendugaan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk memverifikasi ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih dengan satu variabel terikat (Riduwan, 2019).

Alat bantu yang digunakan peneliti yaitu *IBM Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* serta *Microsoft Excel* untuk membantu pengolahan data dalam penelitian ini. Riduwan (2019, hlm. 108) merumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + e$$

Keterangan :

- Y : Perilaku Imitasi
- β_0 : Konstanta regresi
- β_1 : Konstanta regresi X
- X_{1i} : Frekuensi
- X_{2i} : Atensi
- X_{3i} : Durasi
- e : Standar error

3.8 Pengujian Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menaksir sebaran data pada variabel, apakah sudah terdistribusi dengan normal atau tidak (Sugiyono, 2019). Sebaran data harus dianalisis agar dapat diamati normalitasnya sudah terpenuhi atau tidak sehingga dapat diolah lebih lanjut. Penelitian ini menggunakan bantuan program perangkat

lunak SPSS dengan metode *test of normality* Kolmogorov-Smirnov. Dalam menentukan hasil, salah satu kriteria dalam uji Kolmogorov-Smirnov yaitu dengan melihat nilai signifikan atas *Monte Carlo* (2-tailed). Penggunaan metode *monte carlo* bertujuan untuk memeriksa data berdistribusi normal atau tidak dari data yang sudah diuji, dari sampel yang bernilai acak atau ekstrem (Mustofa & Nurfadillah, 2021).

Ghozali (2018) menjelaskan kriteria ujinya sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka distribusi data bersifat tidak normal
2. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka distribusi data bersifat normal

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan hubungan linier antar variabel independen di dalam regresi ganda. Model regresi yang baik tercipta jika tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Tujuan uji multikolinieritas yaitu untuk mencari tahu apakah ditemukannya korelasi antar variabel bebas (independen) di dalam model regresi (Silalahi, 2018).

Dalam penelitian ini, uji multikolinieritas berguna untuk memvisualisasikan apakah terjadi hubungan utuh antara variabel terpaan konten *fashion* terhadap sikap imitasi. Ghozali (2011, hlm. 106) mendeskripsikan parameter uji multikolinieritas diperhatikan dari nilai VIF. *Tolerance value* atau VIF perlu dicari untuk menguji apakah ada kasus multikolinieritas dalam hubungan multivariat (Silalahi, 2018). Ghozali (2001) menerangkan batas dari *tolerance value* adalah 0,1 sehingga bila *tolerance value* bernilai di bawah 0,1 maka multikolinieritas terjadi. Adapun VIF yang merupakan kebalikan *tolerance value*. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka data yang diuji bebas dari gejala multikolinieritas.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lain. Model regresi yang baik tentu tidak terdapat gejala heteroskedastisitas di dalamnya. Dasar analisis pada uji heteroskedastisitas yaitu memakai metode grafik dengan meninjau ada tidaknya pola tertentu dalam *scatterplot* dari variabel terikat (Silalahi, 2018). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang memunculkan bentuk pola tertentu yang beraturan (bergelombang lalu semakin sempit), maka terindikasi terjadinya heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak muncul pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Peneliti menggunakan grafik *scatterplot* dengan alat bantu SPSS untuk mengamati gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Korelasi

Saat data penelitian sudah lengkap terkumpul, langkah lanjutan yang dilakukan yaitu menghitung data menggunakan uji korelasi. Teknik analisis korelasi yang digunakan peneliti yaitu Korelasi *Pearson Product Moment*. Teknik ini berguna untuk mencari tahu derajat hubungan serta kontribusi variabel bebas dengan variabel terikat (Riduwan, 2019). Berikut rumus yang digunakan:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X\sum Y}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Korelasi *Pearson Product Moment*

n : Jumlah populasi

- Σx : Jumlah skor pada distribusi X
 Σy : Jumlah skor pada distribusi Y
 Σx^2 : Jumlah kuadrat pada skor distribusi variabel X
 Σy^2 : Jumlah kuadrat pada skor distribusi variabel Y
 Σxy : Jumlah dari perkalian butir X dan Y

3.9.2 Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Analisis perbandingan satu variabel bebas dikenal dengan Uji t. Uji-t berfungsi untuk mengetahui nilai t dan signifikansi dari tiap variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Silalahi U., 2018). Dalam pengujian hipotesis dengan uji-t, ada penentuan tingkat signifikansi sebesar 5% yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan, yaitu $1 - \alpha$ (Suryadi E. et. al., 2019). Dijelaskan oleh Kusnendi (2017, hlm.4) bahwa t hitung dapat menggunakan rumus berikut:

$$Tbk = \frac{b_k}{\sqrt{(RJK_{Res}) C_{ii} C}}$$

Kriteria keputusan diterima atau ditolaknya H_0 dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung $>$ nilai t kritis, maka H_0 ditolak atau menerima H_a yang artinya variabel tersebut signifikan.
- 2) Jika nilai t hitung $<$ nilai t kritis, maka H_0 diterima atau menolak H_a yang berarti variabel tersebut tidak signifikan.

3.9.3 Uji Silmultan (Uji F)

Seluruh hipotesis diuji dengan mengintegrasikan hitungan dari variabel bebas dengan variabel terikat dalam mencari tahu seberapa besar pengaruh hipotesis (Kusnendi, 2017). Penggunaan Uji F memiliki tujuan untuk melihat hipotesis dimana keseluruhan variabel diuji secara silmutan dalam penelitian. Langkah dalam menghitung uji F menggunakan rumus berikut:

H0 : $b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$

H1 : minimal ada sebuah $b \neq 0$

$$F = \frac{RJK_{reg}}{RJK_{res}}$$

3.9.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ialah rasio variabilitas pada data yang diukur berdasarkan dengan model statistik. Uji Koefisien Determinasi (r^2) menghitung kurang lebih sejauh apa kemampuan model dalam penerapan variasi variabel terikat (Ghozali, 2016).

Besar kecilnya kontribusi variabel X terhadap Y bisa ditentukan melalui rumus Koefisien Determinan sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Nilai koefisien determinan

r^2 : Nilai koefisien korelasi