

LAMPIRAN 1.

KUISIONER PENELITIAN

Salam Sejahtera,

Kami mengundang Anda untuk berpartisipasi dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui motif imitasi gaya berpakaian influencer TikTok @ninazatulini22 ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber. Penelitian ini melibatkan pengisian kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan terkait variasi gaya berpakaian influencer TikTok @ninazatulini22 dan pengaruhnya terhadap gaya berpakaian Anda.

Partisipasi Anda sangat berharga dan akan membantu kami memperoleh informasi yang bermanfaat. Kuesioner ini bersifat anonim, dan semua data yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya.

Terima kasih atas waktu dan partisipasi Anda.

Peneliti: [Nama Peneliti]

Kontak: [Nomor Kontak Peneliti]

Email: [Email Peneliti]

Identitas Responden

Silakan lengkapi data berikut untuk keperluan penelitian ini.

1. **Nama (opsional):** _____
2. **Usia:** _____
3. **Pendidikan Terakhir:**

- SD
- SMP
- SMA
- Perguruan Tinggi

4. Status Pekerjaan:

- Ibu Rumah Tangga
- Pekerja
- Lainnya: _____

5. Jumlah Anak: _____

Tabel Instrumen Penelitian

Berikut adalah tabel instrumen yang mengukur variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini, dengan menggunakan skala Likert 1-5.

Skala Likert (1-5)

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Indikator	Pernyataan	1	2	3	4	5
Imitasi Influencer TikTok @ninazatulini22						
Frekuensi Mengakses: Frekuensi mengakses per hari/minggu.	1. Saya sering mengakses akun TikTok @ninazatulini22 hampir setiap hari.					
	2. Saya menonton konten dari akun TikTok @ninazatulini22 hampir setiap hari.					
Durasi Menonton: Waktu yang dihabiskan ibu rumah tangga saat menonton konten tersebut.	1. Saya menghabiskan waktu yang lama saat menonton konten TikTok @ninazatulini22.					
	2. Saya sering menonton lebih dari 15 menit per hari.					
Variasi Gaya Berpakaian: Variasi gaya berpakaian yang ditampilkan.	1. Saya melihat akun TikTok @ninazatulini22 sering menampilkan berbagai macam gaya berpakaian kekinian.					

Indikator	Pernyataan	1	2	3	4	5
	2. Gaya berpakaian yang ditampilkan di TikTok @ninazatulini22 sangat menarik bagi saya.					
Gaya Berpakaian						
Tren Gaya Berpakaian: Frekuensi adopsi tren gaya berpakaian yang terinspirasi dari konten.	1. Saya seringkali mencoba gaya berpakaian yang sama dengan influencer TikTok @ninazatulini22.					
	2. Saya merasa TikTok @ninazatulini22 merupakan kiblat tren gaya berpakaian masa kini terbaik.					
Perubahan Prefensi Berpakaian: Kecenderungan mengubah gaya atau memilih pakaian yang serupa.	1. Saya merasa lebih sering memilih pakaian sesuai dengan gaya yang ditampilkan di TikTok @ninazatulini22.					
	2. Preferensi berpakaian saya berubah setelah melihat konten TikTok @ninazatulini22.					

Indikator	Pernyataan	1	2	3	4	5
Ketertarikan terhadap Konten: Tertarik untuk meniru gaya berpakaian setelah melihat akun influencer TikTok.	1. Saya merasa terinspirasi untuk mengikuti gaya berpakaian yang ditampilkan dalam konten TikTok @ninazatulini22.					
	2. Gaya berpakaian yang ditampilkan di TikTok @ninazatulini22 sangat menarik bagi saya.					

Terima kasih atas partisipasi Anda dalam penelitian ini.

LAMPIRAN 2. TABULASI DATA

Imitasi Influencer TikTok @ninazatulini22						Total
P01	P02	P03	P04	P05	P06	
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	3	4	4	22
3	2	4	4	4	3	20
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	1	4	4	2	4	19
4	1	3	3	3	3	17
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	3	3	3	19
3	3	3	3	4	3	19
4	3	4	3	4	3	21
3	3	4	4	4	4	22
4	2	4	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	3	23
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	3	4	22
3	3	4	4	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24

Imitasi Influencer TikTok @ninazatulini22						Total
P01	P02	P03	P04	P05	P06	
3	4	3	3	3	3	19
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
1	3	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	3	3	19
4	1	4	4	4	4	21
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	4	4	3	21
3	4	4	4	3	3	21
4	3	3	4	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
2	4	4	2	3	3	18
4	4	2	4	2	4	20
4	2	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	4	3	20
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	3	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	2	4	4	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	3	4	20

Imitasi Influencer TikTok @ninazatulini22						Total
P01	P02	P03	P04	P05	P06	
4	3	4	3	3	3	20
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	1	4	4	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	4	4	3	23
4	3	4	4	4	4	23
4	5	3	5	3	3	23
3	5	4	3	4	3	22
4	4	3	5	3	3	22
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	3	23
4	3	4	4	4	3	22
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	4	4	4	27

Imitasi Influencer TikTok @ninazatulini22						Total
P01	P02	P03	P04	P05	P06	
4	4	5	5	3	3	24

Gaya Berpakaian						Total
P01	P02	P03	P04	P05	P06	
1	3	1	2	4	4	15
2	1	2	2	2	1	10
3	4	4	3	4	3	21
3	4	3	4	4	4	22
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	4	19
5	3	2	3	3	3	19
4	3	3	4	3	4	21
2	4	3	3	4	4	20
2	2	2	2	2	2	12
1	3	1	1	5	4	15
2	3	3	3	3	3	17
3	3	3	2	5	3	19
3	4	4	1	4	4	20
3	3	2	2	3	4	17
3	3	3	3	3	3	18
1	1	1	1	1	1	6
3	3	3	3	3	3	18
1	3	3	2	3	5	17
3	3	2	1	3	4	16
3	3	3	3	5	3	20
3	3	3	5	3	3	20
2	3	3	3	3	3	17
4	3	1	2	4	3	17
3	3	4	3	3	4	20
4	4	2	1	4	4	19
3	3	3	3	3	3	18

Gaya Berpakaian						Total
P01	P02	P03	P04	P05	P06	
3	3	2	3	3	3	17
2	3	2	3	3	3	16
4	3	3	3	3	4	20
3	3	3	1	3	4	17
2	2	3	2	2	4	15
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	2	4	4	22
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	1	3	3	16
2	3	3	2	2	3	15
3	3	2	3	3	3	17
4	4	3	3	4	4	22
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	2	3	17
2	1	1	2	4	2	12
2	2	3	1	3	3	14
3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	1	3	4	16
1	2	3	2	3	4	15
2	2	2	2	3	3	14
3	3	3	2	3	3	17
3	2	1	3	1	4	14
3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	3	3	3	17
3	4	4	4	4	4	23
2	3	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	2	3	3	16
3	4	4	3	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18

Gaya Berpakaian						Total
P01	P02	P03	P04	P05	P06	
3	3	3	1	3	4	17
2	2	2	2	2	2	12
3	3	3	2	3	3	17
1	2	1	2	3	3	12
3	3	3	3	3	4	19
1	1	1	1	1	1	6
4	3	3	1	4	4	19
3	3	3	3	3	3	18
1	3	3	2	3	3	15
3	4	4	3	3	4	21
3	3	3	3	3	3	18
2	3	1	2	3	3	14
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	2	3	3	17
3	4	4	3	4	4	22
3	4	4	2	3	4	20
3	2	2	3	3	3	16
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	2	3	3	17
3	3	2	2	3	3	16
4	4	3	3	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	1	3	4	18
3	3	3	2	5	4	20
3	3	3	2	3	4	18
2	5	2	2	2	3	16
3	4	4	4	3	4	22
3	4	4	3	2	4	20
3	2	2	5	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	2	3	3	3	17
3	5	2	2	5	4	21

Gaya Berpakaian						Total
P01	P02	P03	P04	P05	P06	
3	3	3	3	4	3	19
3	3	3	3	3	3	18
1	1	3	1	3	4	13
5	5	2	1	5	2	20

LAMPIRAN 3. HASIL SPSS (ANALISIS DATA)

```

DATASET CLOSE DataSet5.
GET
  FILE='C:\Users\ADVAN\Downloads\VALIDITAS DAN RELIABILITAS
FADLY.sav'.
DATASET NAME DataSet6 WINDOW=FRONT.
DATASET ACTIVATE DataSet4.
CROSSTABS
  /TABLES=X BY Y
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ
  /CELLS=COUNT
  /COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

Notes

Output Created		12-DEC-2024 17:46:21
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet4
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	95
Missing Handling	Value Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=X BY Y /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ /CELLS=COUNT /COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,02
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

		Cases					
		Valid		Missing		Total	
		N	Percent	N	Percent	N	Percent
Imitasi	Influencer	95	100.0	0	0.0%	95	100.0
TikTok	* Gaya		%				%
Berpakaian							

Imitasi Influencer TikTok * Gaya Berpakaian Crosstabulation

Count

		Gaya Berpakaian														Total	
		6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2		
Imitasi Influencer TikTok	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	
	18	0	0	3	0	1	2	2	4	4	1	2	0	0	0	0	19
	19	0	0	0	0	0	1	0	7	0	1	0	0	1	0	0	10
	20	0	0	1	0	1	1	1	2	0	0	1	2	0	0	0	9
	21	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	1	0	0	4
	22	0	1	0	0	0	0	1	1	5	2	1	0	1	0	0	12
	23	0	0	0	0	2	0	0	1	2	0	2	1	1	0	0	9
	24	2	0	0	0	0	2	3	5	4	4	4	1	3	2	0	30
	27	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total		2	1	4	1	4	6	8	2	1	1	1	4	7	2	0	95

UJI NORMALITAS UJI CHI-SQUARE

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	99,820 ^a	84	,115
Likelihood Ratio	90,167	84	,303
Linear-by-Linear Association	1,060	1	,303
N of Valid Cases	82		

- a. 103 cells (99,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,01.

Means

Notes

Output Created		12-DEC-2024 17:47:18	
Comments			
Input	Active Dataset		DataSet4
	Filter		<none>
	Weight		<none>
	Split File		<none>
	N of Rows in Working Data File		95
Missing Value Handling	Definition of Missing		For each dependent variable in a table, user-defined missing values for the dependent and all grouping variables are treated as missing.
	Cases Used		Cases used for each table have no missing values in any independent variable, and not all dependent variables have missing values.
Syntax		MEANS TABLES=Y BY X /CELLS=MEAN COUNT STDDEV /STATISTICS LINEARITY.	
Resources	Processor Time		00:00:00,00
	Elapsed Time		00:00:00,00

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percentage	N	Percentage	N	Percentage
Gaya Berpakaian * Imitasi Influencer TikTok	95	100.0%	0	0.0%	95	100.0%

Report

Gaya Berpakaian

Imitasi Influencer TikTok	Mean	N	Std. Deviation
17	19.00	1	.
18	16.37	19	2.499
19	17.50	10	1.841
20	17.00	9	3.162
21	19.00	4	2.449
22	17.75	12	2.864
23	18.22	9	2.863
24	17.87	30	3.937
27	13.00	1	.
Total	17.47	95	3.118

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Gaya Berpakaian * Imitasi Influencer TikTok	Between Groups	(Combined)	67.491	8	8.436	.857	.556
		Linearity	12.817	1	12.817	1.303	.257
		Deviation from Linearity	54.674	7	7.811	.794	.594
Within Groups			846.193	86	9.839		
Total			913.684	94			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Gaya Berpakaian * Imitasi Influencer TikTok	.118	.014	.272	.074

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X.

```

Regression

Notes

Output Created		12-DEC-2024 18:54:30	
Comments			
Input	Active Dataset		DataSet4
	Filter		<none>
	Weight		<none>
	Split File		<none>
	N of Rows in Working Data File		95
Missing Value Handling	Definition of Missing		User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used		Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X.	
Resources	Processor Time		00:00:00,02
	Elapsed Time		00:00:00,02
	Memory Required		2400 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots		0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Imitasi Influencer TikTok ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Gaya Berpakaian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.533 ^a	.284	.276	2.558

a. Predictors: (Constant), Imitasi Influencer TikTok

UJI LINEARITAS

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	241.244	1	241.244	36.865	.000 ^b
	Residual	608.588	93	6.544		
	Total	849.832	94			

a. Dependent Variable: Gaya Berpakaian

b. Predictors: (Constant), Imitasi Influencer TikTok

UJI REGRESI LINEAR & UJI t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.811	2.293		1.662	.100
	Imitasi	.647	.107	.533	6.072	.000
	Influencer					
	TikTok					

a. Dependent Variable: Gaya Berpakaia

UJI VALIDITAS & RELIBILITAS

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=T1 T2 T3 T4 T5 T6 Ttotal
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Notes	
Output Created		12-DEC-2024 16:55:29	
Comments			
Input	Active Dataset		DataSet3
	Filter		<none>
	Weight		<none>
	Split File		<none>
	N of Rows in Working Data File		50
Missing Value Handling	Value	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
		Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=T1 T2 T3 T4 T5 T6 Ttotal /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time		00:00:00,00
	Elapsed Time		00:00:00,07

Correlations

		T1	T2	T3	T4	T5	T6	Ttotal
T1	Pearson Correlation	1	.048	.213	.611**	.218	.436**	.611**

N	50	50	50	50	50	50	50
---	----	----	----	----	----	----	----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

```
RELIABILITY
/VARIABLES=T1 T2 T3 T4 T5 T6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes

Output Created		12-DEC-2024 16:55:40	
Comments			
Input	Active Dataset		DataSet3
	Filter		<none>
	Weight		<none>
	Split File		<none>
	N of Rows in Working Data File		50
	Matrix Input		
Missing Value Handling	Definition of Missing		User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=T1 T2 T3 T4 T5 T6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,04

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	6

Item-Total Statistics

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

T1	17.36	4.358	.399	.714
T2	17.56	4.496	.186	.808
T3	17.24	4.390	.525	.681
T4	17.32	4.059	.684	.637
T5	17.34	4.147	.579	.663
T6	17.38	4.240	.655	.651

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Imitasi1  Imitasi2  Imitasi3  Imitasi4  Imitasi5
Imitasi6 IMtotal
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

Notes

Output Created		12-DEC-2024 17:00:41
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet3
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	95
Missing Handling	Value Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=Imitasi1 Imitasi2 Imitasi3 Imitasi4 Imitasi5 Imitasi6 IMtotal /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,02

Correlations

		Imitas i1	Imitas i2	Imitas i3	Imitas i4	Imitas i5	Imitas i6	IMtota I
GB 1	Pearson Correlation	1	.517**	.291*	.354*	.220	.159	.674**
	Sig. (2- tailed)		.000	.040	.012	.124	.269	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
GB 2	Pearson Correlation	.517**	1	.487**	.286*	.535**	.632**	.867**
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.044	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
GB 3	Pearson Correlation	.291*	.487**	1	.278	.041	.359*	.619**
	Sig. (2- tailed)	.040	.000		.050	.779	.010	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50

GB 4	Pearson Correlation	.354*	.286*	.278	1	.051	.053	.556**
	Sig. (2- tailed)	.012	.044	.050		.727	.715	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
GB 5	Pearson Correlation	.220	.535**	.041	.051	1	.392**	.555**
	Sig. (2- tailed)	.124	.000	.779	.727		.005	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
GB 6	Pearson Correlation	.159	.632**	.359*	.053	.392**	1	.636**
	Sig. (2- tailed)	.269	.000	.010	.715	.005		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
IMt ota l	Pearson Correlation	.674**	.867**	.619**	.556**	.555**	.636**	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Imitasi1  Imitasi2  Imitasi3  Imitasi4  Imitasi5
Imitasi6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created		12-DEC-2024 17:00:49	
Comments			
Input	Active Dataset		DataSet3
	Filter		<none>
	Weight		<none>
	Split File		<none>
	N of Rows in Working Data File		95
	Matrix Input		
Missing Handling	Value	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
		Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Imitasi1 Imitasi2 Imitasi3 Imitasi4 Imitasi5 Imitasi6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time		00:00:00,00
	Elapsed Time		00:00:00,10

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	52.6
	Excluded ^a	45	47.4
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
GB1	14.58	6.861	.464	.673
GB2	14.38	6.485	.790	.582
GB3	14.64	7.460	.431	.683
GB4	14.90	7.480	.298	.730
GB5	14.12	7.740	.345	.707
GB6	13.98	7.367	.451	.677



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN
Nomor: 941/K/LOD/XII/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Fadly Rois
NBI : 1152000182

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.
Surat Keterangan ini diberikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Desember 2024

Mengetahui
Kepala Lab. Otonomi


LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
ADMINISTRASI PUBLIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi


Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

Skripsi Fadly Rois

by Fadly Rois

Submission date: 18-Dec-2024 01:50PM (UTC+0700)

Submission ID: 2555175977

File name: FISIP_1152000182_Muhammad_Fadly_Rois_2.docx (222.17K)

Word count: 6486

Character count: 41928

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi di era modern mendorong masyarakat untuk beradaptasi agar tidak tertinggal dari perkembangan yang semakin cepat. Salah satu bentuk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat saat ini adalah internet. Melalui internet, berbagai aktivitas dapat dilakukan dengan mudah dan efisien. Selain itu, internet menjadi sarana penghubung antar individu maupun kelompok, khususnya ketika terdapat kebutuhan atau kepentingan tertentu yang melibatkan tujuan bersama yang ingin diwujudkan (Sudiro, 2021). Data yang himpun dari laman Tekno Kompas menggambarkan bilamana sekitar 170 juta orang di Indonesia aktif menggunakan media sosial, yang berarti hampir dua per tiga dari total populasi Indonesia. Di antara berbagai platform sosial media, TikTok menjadi salah satu yang paling populer digunakan oleh masyarakat sebagai sarana untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain.

Setiap platform media sosial naik ke permukaan dengan tujuan dan manfaat yang beragam, masing-masing memiliki sisi positif dan juga tantangan. Dalam kecepatan pemutakhiran zaman digital, teknologi dan media sosial semakin berkembang dan kini telah menjadi elemen yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Statista (yang dikutip oleh (Haensch et al., 2023) menyatakan bahwa Media sosial seperti TikTok menjadi platform populer dengan jutaan pengguna aktif setiap hari. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video pendek, termasuk konten tentang fashion dan gaya hidup. Setiap pengguna TikTok memiliki kesempatan untuk berinteraksi satu sama lain dan mengeksplorasi dan memutakhirkan relasi sosial lebih luas. Di berbagai media sosial, termasuk TikTok, setiap individu diberikan kebebasan untuk berbagi opini, maupun mengikuti berbagai tren yang sedang populer di kalangan pengguna lainnya.

Pengguna media sosial cenderung meniru atau mengimitasi konten yang menarik perhatian mereka. Fenomena ini disebut sebagai “social imitation” atau imitasi sosial, yang terjadi karena ketertarikan atau keinginan untuk mengikuti tren yang dianggap populer dan sesuai dengan standar kecantikan dan gaya hidup yang ditampilkan di media sosial. TikTok, dengan format video pendeknya, memungkinkan pengguna untuk mempelajari gaya berpakaian dari para influencer atau selebritas, termasuk akun TikTok @ninazatulini22, yang sering menampilkan berbagai pilihan gaya yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari ibu rumah

15
tangga. Menurut Gabriel Tarde (dalam Ahmadi, 2007 : 52) perilaku meniru atau imitasi acapkali divisualisasikan sebagai landasan utama dalam dinamika kehidupan sosial. Meskipun visualisasi ini mungkin dianggap terlalu simplistik, tak dapat dipungkiri bahwa peran imitasi dalam interaksi sosial memiliki kontribusi yang cukup signifikan. Tarde (1903) menggambarkan bilamana personal individu berkecenderungan punya stimulus kuat untuk menandingi atau bahkan melampaui tindakan orang-orang di sekitarnya. Dalam pandangannya, sangat sulit bagi dua orang yang sering berinteraksi untuk tidak menunjukkan adanya peningkatan dalam meniru perilaku satu sama lain secara timbal balik. Perilaku meniru ini biasanya dipicu oleh sosok tertentu yang dijadikan teladan. Keterpesonaan terhadap sosok idola dapat berfungsi sebagai pelarian dari kenyataan menuju aspirasi pribadi yang ideal, yang masih tergolong normal. Namun, ketika batas antara kenyataan dan impian mulai kabur dan kedua hal tersebut dicampur aduk, maka itu bisa menjadi awal dari masalah yang lebih besar terkait keterpesonaan

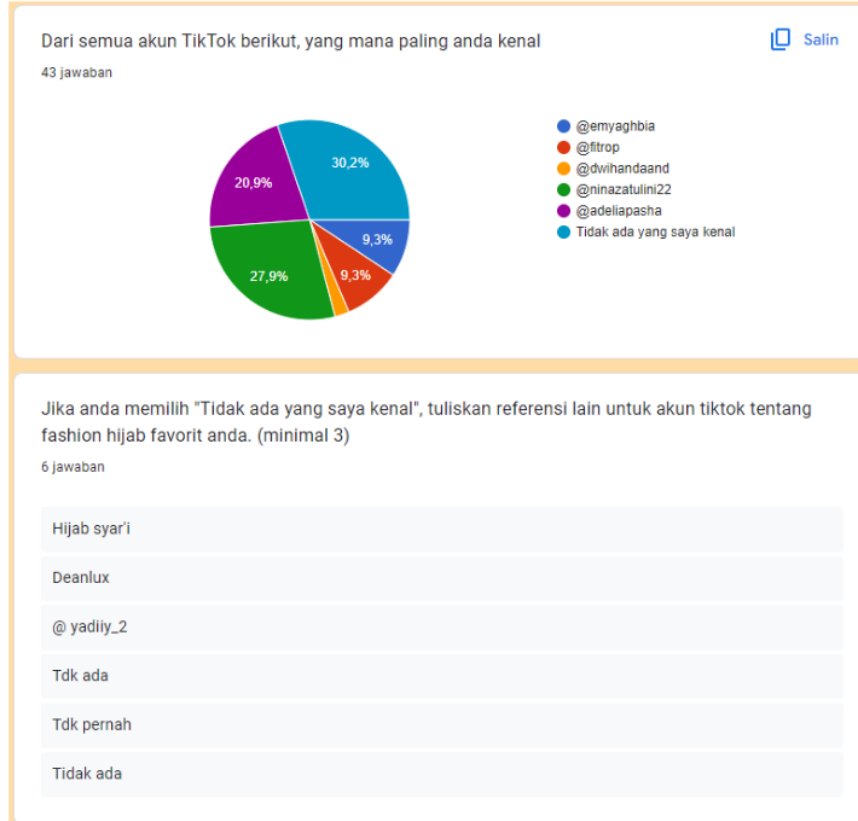
Banyak tren yang dapat diimitasi melalui sosial media Tiktok, termasuk gaya pakaian. Gaya berpakaian dapat digambarkan sebagai bentuk komunikasi ekspresi pemakainya, yang secara tidak langsung menyampaikan identitas dan ekspresi (Trisnawati, 2011). Beberapa kiat seseorang memilih pakaian, termasuk warna dan modelnya, serta cara mereka menyisir rambut, merupakan elemen penting dalam visualisasi diri yang menyampaikan pesan tertentu. Simbol-simbol nonverbal tersebut memiliki kaitan yang erat dengan nilai-nilai budaya yang berlaku di masyarakat (Alo, 2011). Sementara itu, seiring berjalannya waktu, muncul berbagai budaya baru dalam cara berpakaian yang kemudian melahirkan tren-tren mode. Tren ini menjadi dasar bagi individu untuk mengekspresikan identitas dan kepribadian mereka melalui pilihan pakaian yang dikenakan.

Menurut Lipovetsky (2017), fashion merupakan kekuatan individualitas yang memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan diri melalui pakaian, karena fashion merupakan suatu bentuk perubahan yang ditandai dengan perubahan yang cepat dari waktu ke waktu. Media sosial, khususnya TikTok, memiliki pengaruh signifikan terhadap tren berpakaian, terutama bagi kalangan muda (Van Brunt et al., 2020). Konten fashion di TikTok dapat menginspirasi penggunaanya untuk mengikuti tren terbaru, mencoba gaya baru, dan bahkan membeli produk fashion yang dipromosikan.

Salah satu yang berpengaruh terhadap aplikasi TikTok adalah video yang ditayangkannya. Video yang tayang pada TikTok merupakan kreasi dari individu, individu

yang membuat video kreasi tersebut umumnya dikenal sebagai konten kreator. Konten kreator yang menayangkan video-video inspiratif dan juga mampu memberikan pengaruh positif terhadap penayangnya dikenal dengan influencer. Kemunculan influencer fashion di TikTok semakin memperkuat pengaruh media sosial terhadap tren berpakaian. Para influencer ini sering kali mempromosikan gaya berpakaian mereka kepada pengikutnya, yang kemudian dapat meniru gaya tersebut. Hal ini dapat menimbulkan dampak positif, seperti mendorong kreativitas dan ekspresi diri dalam berpakaian. Namun, di sisi lain, tren berpakaian yang dipopulerkan di media sosial juga dapat menimbulkan dampak negatif, seperti tekanan sosial untuk mengikuti tren terbaru dan standar kecantikan yang tidak realistis (Von Hesse, 2023).

Tren berpakaian telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial dan budaya, tidak terkecuali bagi ibu rumah tangga di berbagai lingkungan, termasuk di pedesaan. Seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial telah menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi preferensi dan gaya berpakaian. Sebagai salah satu platform media sosial yang populer, TikTok memainkan peran penting dalam membentuk tren berpakaian dengan miliaran video yang dibagikan setiap hari (Statista, 2024). Menurut Video dari akun Tiktok @premorid yang berjudul “5 influencer fashion muslim yang paling diminati” menyatakan terdapat 5 akun Tiktok influencer fashion muslim yang memiliki banyak peminat base on Aru Palaka Management antara lain: @emyaghnia, @fitrop, @dwiandaand @ninazatulini22, dan @adeliapasha. Berdasarkan artikel tersebut peneliti telah melakukan pra penelitian berupa survei menggunakan google form untuk mengetahui mana dari 5 akun tersebut yang paling dikenal dan diminati. Survei ini diikuti oleh peserta 43 orang ibu-ibu dan ruang lingkup disekitar tempat tinggal peneliti.



Gambar 1.1

Dari hasil pra penelitian tersebut peneliti mendapat kesimpulan bahwa akun TikTok yang paling banyak dikenal dan diminati oleh ibu-ibu adalah Nina Zatulini (@ninizatulini22). Memiliki 559.100 ribu pengikut di Tiktok akun @ninizatulini memberikan tayangan yang variatif mulai dari vlog keseharian, iklan produk atau biasa dikenal dengan istilah endorse, serta konten-konten swa-video dengan iringan musik yang menarik. Seperti dalam salah satu videonya yang memiliki 10,9 juta penonton yang memiliki judul "Ketika tanya suami dan anak hari ini mau masak apa?" terlihat Nina mengenakan pakaian hijab yang sederhana namun tetap terkesan rapih. Model fashion hijab seperti ini biasanya menjadi inspirasi bagi ibu rumah tangga untuk dikenakan pada acara semi formal. Menurut Smith dan Brown yang dikutip oleh (Budiantoro et al., 2024), "Media sosial telah menjadi sumber inspirasi yang dominan dalam hal tren berpakaian, dengan pengguna aktif mencari ide-ide gaya dari platform seperti TikTok." Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran media sosial, termasuk TikTok, dalam membentuk preferensi berpakaian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh konten TikTok terhadap imitasi gaya berpakaian di kalangan ibu rumah tangga dan mengidentifikasi sejauh mana konten tersebut membentuk preferensi berbusana mereka. Di pedesaan, seperti Desa Delik Sumber, akses terhadap mode dan tren berpakaian mungkin lebih terbatas dibandingkan dengan daerah perkotaan. Namun, penggunaan media sosial, termasuk TikTok, telah memungkinkan ibu rumah tangga di pedesaan untuk tetap terhubung dengan tren berpakaian terbaru. Menurut penelitian oleh Jones et al. (2019), "Penggunaan media sosial di daerah pedesaan tidak hanya meningkatkan aksesibilitas terhadap informasi tentang mode, tetapi juga meningkatkan keinginan untuk mengikuti tren."

Dalam konteks ini, pengaruh tayangan TikTok dari Nina Zatulini (@ninazatulini22) terhadap tren berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber menjadi subjek penelitian yang menarik. Dengan jumlah pengikut yang signifikan, konten yang dibagikan oleh Nina Zatulini dapat memiliki dampak yang besar terhadap persepsi dan preferensi berpakaian ibu rumah tangga di pedesaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih lanjut tentang dampak sosial dari media sosial terhadap kelompok demografi tertentu. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para praktisi pemasaran dan komunikasi untuk menyusun strategi konten yang lebih efektif dalam membentuk tren, khususnya di segmen ibu rumah tangga.

Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang pengaruh media sosial yang dilakukan oleh Rahayu Hakim dan Ahmad Fatoni (2020), kontribusi implementasi media dan interaksi sosial dapat memberikan dampak yang signifikan dan positif terhadap perilaku meniru. Penyampaian informasi melalui media berpotensi meningkatkan kesadaran simbolik, yang pada gilirannya memicu kesadaran konsumtif. Kesadaran konsumtif ini kemudian mempengaruhi banyak orang, sehingga penerapan media dapat menghasilkan efek tertentu dalam perilaku mereka.

Studi pendahuluan dilakukan untuk memahami tren dan minat ibu rumah tangga terhadap konten fesyen yang disajikan oleh beberapa akun TikTok influencer, khususnya @ninazatulini22, di Desa Delik Sumber. Survei ini melibatkan 80 responden dari total populasi 471 ibu rumah tangga berusia 27–40 tahun. Berdasarkan hasil survei, mayoritas ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber aktif menggunakan TikTok. Sebanyak 56,25% responden mengakses TikTok setiap hari, sementara 31,25% lainnya mengakses beberapa kali seminggu. Tidak ada responden yang melaporkan tidak pernah menggunakan TikTok.

Ketertarikan responden terhadap konten fesyen di TikTok cukup tinggi. Sebanyak 37,5% menyatakan sangat tertarik, dan 43,75% lainnya merasa tertarik. Hanya sedikit responden yang netral atau tidak tertarik pada konten fesyen TikTok, masing-masing sebesar 12,5% dan 6,25%. Dalam hal akun TikTok influencer yang dikenal, @ninazatulini22 menonjol sebagai akun yang paling dikenal oleh 87,5% responden, diikuti oleh @emyaghnia dengan 62,5%, dan @fitrop yang dikenal oleh 50% responden.

Akun @ninazatulini22 juga menjadi akun favorit untuk inspirasi gaya berpakaian, dengan 62,5% responden menyebutnya sebagai sumber utama inspirasi mereka. Pengaruh konten fesyen terhadap gaya berpakaian responden juga sangat signifikan. Sebanyak 43,75% merasa bahwa konten fesyen di TikTok sangat berpengaruh terhadap gaya berpakaian mereka, sementara 37,5% lainnya merasa bahwa konten tersebut cukup berpengaruh. Hanya 12,5% yang merasa sedikit berpengaruh, dan 6,25% yang merasa tidak terpengaruh sama sekali.

Hasil survei ini menunjukkan bahwa mayoritas ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber aktif menggunakan TikTok dan memiliki ketertarikan tinggi terhadap konten fesyen yang ditawarkan, terutama dari akun @ninazatulini22. Akun ini tidak hanya dikenal luas tetapi juga menjadi sumber utama inspirasi gaya berpakaian. Selain itu, sebagian besar responden merasa bahwa konten fesyen yang mereka konsumsi di TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan berpakaian mereka, yang menunjukkan adanya dampak kuat dari media sosial dalam membentuk tren fesyen di kalangan ibu rumah tangga.

Hasil survei ini sangat relevan dengan tujuan penelitian yang menyoroti peran akun TikTok influencer, khususnya @ninazatulini22 dalam mempengaruhi gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber. Data ini memberikan dasar yang kuat untuk penelitian lebih lanjut mengenai dampak sosial dan budaya dari tren fesyen yang berkembang melalui media sosial, serta bagaimana fenomena ini membentuk preferensi dan perilaku konsumen di kalangan ibu rumah tangga.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam mengumpulkan data. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian tradisional yang berlandaskan paradigma positivisme pada realitas atau fenomena dan hubungan sebab akibat dalam meneliti populasi atau sampel tertentu dengan melakukan analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis (Arikunto, 2020). Penelitian kuantitatif bertujuan untuk memberikan jawaban yang terukur dan objektif antara variabel yang digunakan peneliti.

Alasan peneliti memilih meneliti Pengaruh Media Sosial dalam Imitasi Gaya Berpakaian cukup sederhana. Dimana latar belakang peneliti yang memiliki toko pakaian hijab serta lingkungan tempat tinggal peneliti yang terdapat banyak ibu-ibu muda yang tertarik dengan fashion hijab yang sedang trending. Peneliti melihat adanya ketertarikan ibu-ibu muda ini pada konten-konten influencer hijab khususnya akun Tiktok @ninazatulini22 yang menginspirasi dan cukup dikenal di lingkungan peneliti.

Dari latar belakang ditemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap style fashion yang ada saat ini tetapi tidak menutup kemungkinan ada pengaruh negatif fashion style dari media sosial. Sehingga peneliti akan melakukan penelitian dengan metode kuantitatif menggunakan angket yang berlokasi di Desa Delik Sumber dengan mengangkat judul “Pengaruh Media Sosial dalam Imitasi Gaya Berpakaian: Studi Kasus Akun TikTok @ninazatulini22 di Kalangan Ibu Rumah Tangga Desa Delik Sumber” judul tersebut merupakan topik yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, mengingat peran penting media sosial dalam membentuk preferensi berpakaian di era digital ini.

22

1. 2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah Apakah konten TikTok @ninazatulini22 berpengaruh signifikan terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber?

40

1. 3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh konten TikTok @ninazatulini22 terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber.

39

1. 4. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai dampak media sosial, khususnya TikTok, dalam membentuk tren gaya berpakaian di kalangan ibu rumah tangga. Selain itu juga memberikan kontribusi pada teori komunikasi dan sosiologi tentang konsumsi media dan konstruksi identitas diri. Secara Praktis.

11

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan informasi kepada influencer media sosial tentang dampak konten mereka terhadap pengikutnya, sehingga mereka dapat lebih bertanggung jawab dalam membuat konten. Serta memberikan masukan kepada ibu rumah tangga tentang bagaimana memilih pakaian yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka. Selain itu juga membantu para pemangku kepentingan dalam mengembangkan program edukasi dan literasi media bagi masyarakat pedesaan.

3 BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Delik, Kecamatan Sumber, dengan fokus pada ibu rumah tangga yang menjadi responden utama. Desa Delik merupakan wilayah dengan populasi mayoritas penduduk berprofesi sebagai petani, pedagang, dan ibu rumah tangga. 877 orang pada tahun 2023. Dari jumlah tersebut, sebanyak 471 orang merupakan ibu rumah tangga dengan rentang usia 27–40 tahun, yang menjadi populasi awal untuk fokus penelitian ini. Dari jumlah tersebut, 82 ibu rumah tangga terpilih menjadi responden penelitian dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Akun TikTok @ninazatulini22 dipilih sebagai objek penelitian karena popularitasnya di kalangan ibu rumah tangga, terutama yang aktif menggunakan media sosial. Akun ini menampilkan konten terkait gaya hidup, termasuk tips berpakaian, yang dianggap relevan dengan penelitian mengenai pengaruh tayangan media sosial terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga.

41
Karakteristik responden penelitian dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Untuk memahami karakteristik responden dalam penelitian ini, dilakukan analisis data berdasarkan rentang usia. Berikut adalah distribusi usia dari 82 responden penelitian:

14
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
26–30	30	36.6
31–35	25	30.5
36–40	27	32.9
Total	82	100.0

a. Rentang Usia 26–30 Tahun

Sebanyak 30 responden (36.6%) berada pada rentang usia ini. Kelompok ini

merupakan yang terbesar, menunjukkan bahwa ibu rumah tangga dalam usia muda cenderung lebih aktif menggunakan media sosial, termasuk TikTok.

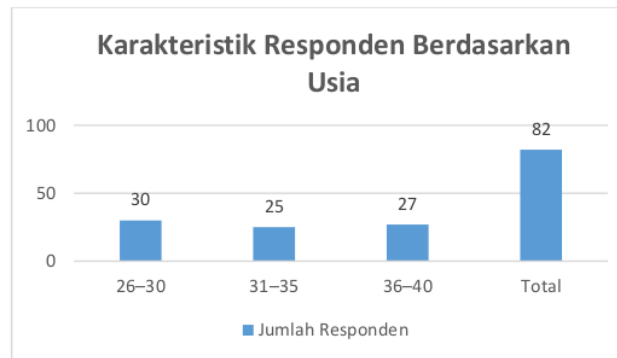
b. Rentang Usia 31–35 Tahun

Sebanyak 25 responden (30.5%) termasuk dalam kategori ini. Kelompok ini juga memiliki keterwakilan yang signifikan, menunjukkan minat terhadap tren gaya berpakaian meskipun berada di usia menengah.

c. Rentang Usia 36–40 Tahun

Sebanyak 27 responden (32.9%) berada dalam rentang usia ini. Responden dalam kelompok ini menunjukkan bahwa meskipun lebih dewasa, mereka tetap mengikuti perkembangan tren melalui platform seperti TikTok.

Untuk memberikan gambaran lebih jelas, berikut diagram batang distribusi usia responden berdasarkan rentang usia:



72
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Distribusi **usia responden** menunjukkan bahwa ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber dari berbagai kelompok usia aktif menggunakan TikTok dan tertarik pada tren gaya berpakaian. Meskipun kelompok usia 26–30 tahun menjadi mayoritas, partisipasi dari kelompok usia lain juga cukup signifikan, mendukung generalisasi hasil penelitian terhadap populasi target.

50
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Untuk memahami **karakteristik** responden dalam **penelitian** ini, data **tingkat pendidikan** terakhir dianalisis dan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Berikut adalah hasil distribusi pendidikan terakhir dari 82 responden.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SMP/Sederajat	4	4.9
SMA/Sederajat	45	54.65
Perguruan Tinggi	33	40.2
Total	82	100.0

a. SMP/Sederajat

Sebanyak 4 responden (4.9%) memiliki tingkat pendidikan terakhir SMP/Sederajat. Kelompok ini merupakan yang terkecil dalam distribusi responden.

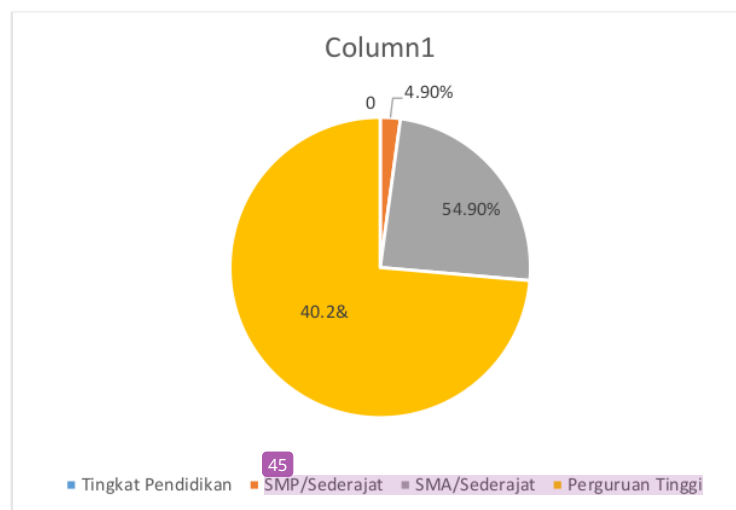
b. SMA/Sederajat

Mayoritas responden, sebanyak 45 orang (54.9%), memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/Sederajat. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber memiliki tingkat pendidikan menengah atas.

c. Perguruan Tinggi

Sebanyak 33 responden (40.2%) memiliki tingkat pendidikan terakhir Perguruan Tinggi, mencakup diploma, sarjana, atau tingkat pendidikan lebih tinggi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan pendidikan tinggi juga aktif menggunakan TikTok.

Untuk memperjelas distribusi tingkat pendidikan responden, berikut adalah diagram lingkaran yang menggambarkan proporsi tiap kategori pendidikan:



Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sebagian besar ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber yang menjadi responden penelitian ini memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/Sederajat. Namun, proporsi responden dengan pendidikan Perguruan Tinggi juga cukup signifikan, menunjukkan bahwa pengguna TikTok mencakup berbagai tingkat pendidikan. Kelompok dengan pendidikan SMP/Sederajat memiliki proporsi terkecil, namun tetap memberikan kontribusi dalam hasil penelitian ini.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Untuk mengetahui latar belakang pekerjaan responden, data status pekerjaan diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama. Berikut adalah hasil distribusi status pekerjaan dari 82 responden.

37
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Ibu Rumah Tangga	60	73.2
Pedagang	10	12.2
Merancang	4	4.9
Online Shop	5	6.1
Guru	2	2.4
Les Privat	1	1.2
Penjahit	1	1.2
Penjaga Toko	1	1.2
Total	82	100.0

a. Ibu Rumah Tangga

Sebanyak 60 responden (73.2%) merupakan ibu rumah tangga penuh waktu, yang menjadi kelompok dominan dalam penelitian ini.

b. Pedagang

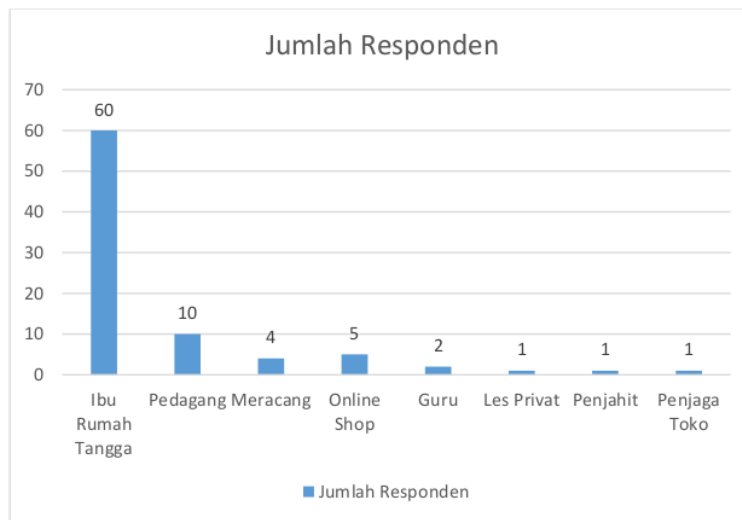
Sebanyak 10 responden (12.2%) bekerja sebagai pedagang. Mereka berkontribusi signifikan terhadap data, mencerminkan adanya keterlibatan dalam aktivitas ekonomi.

c. Merancang

Sebanyak 4 responden (4.9%) bekerja sebagai perajin merancang (membuat produk seperti tas, tikar, atau kerajinan tangan).

- d. Online Shop
Sebanyak 5 responden (6.1%) terlibat dalam aktivitas perdagangan online, menunjukkan adanya adaptasi terhadap teknologi digital.
- e. Guru
Sebanyak 2 responden (2.4%) bekerja sebagai guru, baik formal maupun informal.
- f. Les Privat, Penjahit, Penjaga Toko
Masing-masing kategori ini memiliki 1 responden (1.2%), mencerminkan diversifikasi pekerjaan di luar tugas rumah tangga.

Berikut adalah diagram batangnya:



Gambar 4. 3 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga penuh waktu, yang sesuai dengan fokus penelitian. Namun, kelompok lain seperti pedagang dan pekerja informal (merancang dan online shop) juga memberikan kontribusi yang signifikan. Hal ini mencerminkan beragamnya peran perempuan di Desa Delik Sumber, baik di ranah domestik maupun ekonomi.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anak

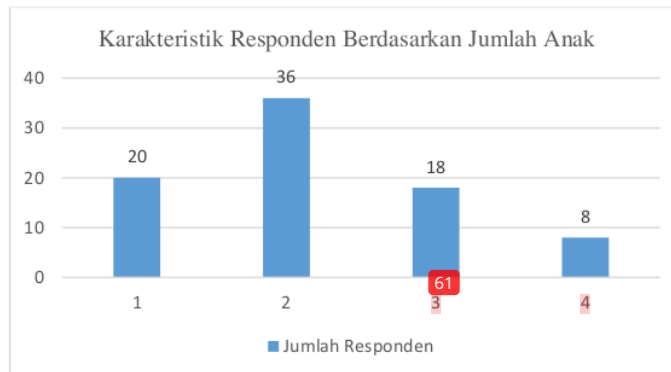
Data jumlah anak dari 82 responden diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori. Berikut adalah hasil distribusinya:

3

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anak

Jumlah Anak	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20	24.4
2	36	43.9
3	18	22.0
4	8	9.8
Total	82	100.0

- a. Responden dengan 1 Anak
Sebanyak 20 responden (24.4%) memiliki satu anak.
 - b. Responden dengan 2 Anak
36 responden (43.9%) memiliki dua anak, menjadikannya kategori mayoritas.
 - c. Responden dengan 3 Anak
Sebanyak 18 responden (22.0%) memiliki tiga anak.
 - d. Responden dengan 4 Anak
Sebanyak 8 responden (9.8%) memiliki empat anak, menjadi kelompok terkecil.
- Distribusi ini dapat divisualisasikan dalam diagram batang untuk menggambarkan proporsi setiap kategori jumlah anak.



Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anak

Mayoritas responden memiliki dua anak (43.9%), diikuti oleh responden dengan satu anak (24.4%) dan tiga anak (22.0%). Responden dengan empat anak memiliki persentase terkecil (9.8%). Analisis ini memberikan gambaran pola jumlah anak dalam keluarga responden yang relatif kecil hingga sedang.

4.1.2 Penyajian Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur (kuesioner) dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah variabel dinyatakan valid jika nilai korelasi (Pearson Correlation) signifikan pada level 0,01 (Sig. < 0,01) (Ghozali, 2020). Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product-Moment. Hasil uji validitas disajikan dalam Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Tayangan Akun Tiktok @ninazatulini22

Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
T1	0.611	0.000	Valid
T2	0.508	0.000	Valid
T3	0.676	0.000	Valid
T4	0.794	0.000	Valid
T5	0.727	0.000	Valid
T6	0.765	0.000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.5, semua indikator memiliki nilai korelasi yang signifikan (Sig. < 0,01), sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Hasil uji validitas variabel Perilaku Imitasi Gaya Berpakaian (Imitasi1 hingga Imitasi6) menggunakan korelasi Pearson Product-Moment disajikan dalam Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil uji validitas variabel Perilaku Imitasi Gaya Berpakaian

Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Imitasi1	0.712	0.000	Valid
Imitasi2	0.639	0.000	Valid
Imitasi3	0.754	0.000	Valid
Imitasi4	0.798	0.000	Valid
Imitasi5	0.685	0.000	Valid
Imitasi6	0.769	0.000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Perilaku Imitasi Gaya Berpakaian pada tabel 4.6, seluruh indikator dalam variabel Imitasi (Imitasi1 hingga Imitasi6) memiliki nilai Pearson Correlation yang signifikan pada level 0,01, sehingga seluruh item dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi data. Jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$, instrumen dianggap reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian (Ghozali, 2021). Hasil pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tayangan Akun Tiktok @ninazatulini22

Statistik	Nilai
Cronbach's Alpha	0.731
Jumlah Item	6

Reliabilitas keseluruhan variabel Tayangan Akun Tiktok @ninazatulini22 ditunjukkan dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,731 (lihat Tabel 4.7), yang menunjukkan kategori reliabel karena nilai $> 0,7$ yang berarti instrumen penelitian ini konsisten dalam mengukur variabel penelitian.

Hasil pengujian reliabilitas variabel Perilaku Imitasi Gaya Berpakaian menggunakan Cronbach's Alpha disajikan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Imitasi Gaya Berpakaian

Statistik	Nilai
Cronbach's Alpha	0.776
Jumlah Item	6

Nilai reliabilitas keseluruhan (lihat Tabel 4.8) menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,776, yang berada di atas nilai minimum 0,7. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel Perilaku Imitasi Gaya Berpakaian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik.

2. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data distribusi kualitas pelayanan berdistribusi normal. Hal ini diperlukan untuk menentukan jenis uji statistik yang digunakan, terutama dalam uji statistik parametris. Data yang berdistribusi normal merupakan syarat dasar untuk melanjutkan analisis statistik (Martono, 2010). Pada penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah metode Chi-Square.

²⁶ Kriteria pengambilan keputusan (Ghozali, 2021) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Chi-Square $X^2_{hitung} \leq X^2_{tabel}(104,35)$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai Chi-Square $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}(104,35)$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian normalitas ditampilkan pada Tabel berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas (Chi-Square)

Statistik Uji	Nilai	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	99,820	84	0,115
Likelihood Ratio	90,167	84	0,303
Linear-by-Linear Association	1,060	1	0,303
N of Valid Cases	82		

¹⁴ Berdasarkan hasil uji Pearson Chi-Square, diperoleh nilai sebesar 99,820 dengan derajat kebebasan (df) = 84 dan nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar 0,115. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,115 > 0,05$), dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Oleh karena itu, analisis statistik parametrik dapat diterapkan pada data ini tanpa memerlukan transformasi atau penggunaan metode alternatif.

3. Hasil Uji Lineritas

Menurut Sugiyono (2019), uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas memiliki hubungan linear secara signifikan. Pengujian linearitas dilakukan melalui test of linearity, dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai signifikansi pada linearity > 0.05 , maka variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan yang linear.

Berikut adalah hasil analisis uji linearitas antara variabel Perilaku Imitasi dan Tayangan Akun TikTok.

Tabel 4. 10 Uji Linearitas Perilaku Imitasi terhadap Tayangan Akun TikTok

Sumber Variasi	Jumlah Kuadrat	df	Mean Square	F	Sig.
Antara Kelompok (Combined)	67.491	8	8.436	0.857	0.556
Linearitas	12.817	1	12.817	1.303	0.257
Deviasi dari Linearitas	54.674	7	7.811	0.794	0.594
Dalam Kelompok	846.193	86	9.839		

Total	913.684	94			
-------	---------	----	--	--	--

Berdasarkan hasil uji linearitas yang ditampilkan pada Tabel 4.3, nilai signifikansi untuk linearitas adalah 0.257. Karena nilai ini lebih besar dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel Perilaku Imitasi dan Tayangan Akun TikTok.

4. Hasil Uji Regresi Linear

Uji Regresi Linear bertujuan untuk menentukan bentuk hubungan antara variabel bebas (Tayangan Akun Tiktok @ninazatulini22) dan variabel terikat (Perilaku Imitasi Gaya Berpakaian) melalui persamaan regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Perilaku Imitasi (variabel terikat)

X = Tayangan Akun TikTok (variabel bebas)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Untuk memperoleh nilai a dan b, metode kuadrat terkecil digunakan. Berdasarkan hasil analisis, berikut adalah tabel Koefisien Regresi Linear:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear

Model	B	Std. Error	t	Sig.
Konstanta (Constant)	3.811	2.293	1.662	0.100
Tayangan Akun TikTok	0.647	0.107	6.072	0.000

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi linear yang diperoleh adalah:

$$\hat{Y} = 3.811 + 0.647 X$$

Konstanta (a) sebesar 3.811 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari tayangan akun TikTok @ninazatulini22 (X = 0), maka nilai perilaku imitasi Gaya Berpakaian (Y) berada pada 3.811.

Koefisien regresi (b) sebesar 0.647 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit pada tayangan akun TikTok @ninazatulini22 akan meningkatkan perilaku imitasi Gaya Berpakaian sebesar 0.647 unit.

Nilai signifikansi untuk variabel Tayangan Akun TikTok @ninazatulini22 adalah 0.000 ($p < 0.05$), menunjukkan bahwa variabel ini secara signifikan memengaruhi Perilaku Imitasi Gaya Berpakaian.

5. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara tayangan konten akun TikTok @ninazatulini22 terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber. Uji yang digunakan adalah uji t pada analisis regresi linear sederhana sesuai dengan panduan (Ghozali, 2020).

Kriteria Pengujian Hipotesis:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0.05 , maka hipotesis diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara tayangan akun TikTok dan gaya berpakaian.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) ≥ 0.05 , maka hipotesis ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara tayangan akun TikTok dan gaya berpakaian.

Tabel 4. 12 Hasil Uji t

Model	B	Std. Error	t	Sig.
Konstanta (Constant)	3.811	2.293	1.662	0.100
Tayangan Akun TikTok	0.647	0.107	6.072	0.000

Berdasarkan hasil pengujian:

- Nilai Sig. (0.000) pada variabel Tayangan Akun TikTok lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan konten dari akun TikTok @ninazatulini22 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber.
- Nilai t sebesar 6.072 memperkuat bukti bahwa pengaruh tersebut signifikan.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear sederhana dan uji t, didapatkan nilai signifikansi (Sig.) pada variabel tayangan akun TikTok sebesar 0.000. Nilai ini lebih kecil dari 0.05, yang berarti hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan akun TikTok @ninazatulini22 dengan perilaku imitasi gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa konten yang

ditampilkan oleh akun TikTok tersebut dapat memengaruhi perilaku berpakaian ibu rumah tangga secara signifikan..

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji regresi linear sederhana, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Uji R Square

Variabel	R	R Square	Sig.
Tayangan Akun TikTok	0.533	0.284	0.000

Dalam penelitian ini, variabel dependen yang diuji adalah gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber, dengan variabel independennya adalah tayangan akun TikTok @ninazatulini22. Hasil uji regresi menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan akun TikTok @ninazatulini22 terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber.

Selain itu, nilai R Square sebesar 0,284 menunjukkan bahwa tayangan akun TikTok @ninazatulini22 memberikan kontribusi sebesar 28,4% terhadap perubahan gaya berpakaian ibu rumah tangga. Artinya, sekitar 28,4% dari variasi gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber dapat dijelaskan oleh pengaruh tayangan dari akun TikTok tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Berdasarkan temuan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Akun TikTok @ninazatulini22 terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan uji regresi linear sederhana, dapat disimpulkan bahwa tayangan akun TikTok @ninazatulini22 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa nilai Sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Ini

membuktikan bahwa tayangan akun TikTok @ninazatulini22 dapat mempengaruhi perilaku berpakaian ibu rumah tangga secara signifikan.

Dalam era digitalisasi saat ini digambarkan oleh Aunia, *et. al.* (2022) dimana media sosial memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi perilaku pengguna, termasuk dalam aspek gaya berpakaian. Tayangan yang diunggah oleh akun TikTok @ninazatulini22 menunjukkan dampak yang nyata terhadap pola berpakaian ibu rumah tangga. Hal ini sejalan dengan teori ⁴⁶ *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Blumer dan Katz (1974), di mana pengguna media sosial secara aktif mencari konten untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk kebutuhan akan identitas dan estetika dalam berpakaian. Ibu rumah tangga, sebagai pengguna media, memilih dan mengonsumsi tayangan TikTok tersebut sebagai sumber inspirasi dan referensi berpakaian.

Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa individu menggunakan media bukan secara pasif, tetapi secara aktif untuk tujuan yang spesifik. Blumer dan Katz (1974) menyatakan bahwa media dipilih oleh pengguna untuk memenuhi kebutuhan seperti informasi, hiburan, personal identity, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Dalam konteks ini, ibu rumah tangga menonton tayangan TikTok @ninazatulini22 untuk memperoleh referensi dalam menentukan gaya berpakaian mereka. Melalui konten yang informatif dan estetis, tayangan ini memenuhi kebutuhan personal identity, di mana ibu rumah tangga dapat mengeksplorasi identitas dan penampilan baru sesuai tren yang berkembang (Tunazzila, Endang, & Octaviani, 2024).

Personal identity dalam teori ini merujuk pada pemenuhan kebutuhan individu untuk memahami dan merefleksikan diri mereka melalui media. Konten visual dari akun @ninazatulini22 dapat menjadi sumber inspirasi yang signifikan, mengingat media TikTok menyajikan konten yang kreatif, cepat dikonsumsi, dan mudah diakses. Dengan cara ini, ibu rumah tangga mendapatkan ide baru yang relevan dan aplikatif dalam gaya berpakaian sehari-hari. Konten yang memadukan tren fesyen modern dengan penekanan praktis membuat para ibu lebih termotivasi untuk mengikuti gaya berpakaian serupa (Syarafa, Adhrianti, & Sari, 2020; Pane, Punia, & Nugroho, 2018).

Penelitian sebelumnya mendukung hasil ini. Misalnya, studi oleh Pratiwi (2022) menyimpulkan bahwa media sosial Instagram memberikan pengaruh signifikan terhadap tren berpakaian perempuan usia dewasa. Media sosial bukan hanya platform komunikasi,

tetapi juga wadah bagi pengguna untuk menyesuaikan diri dengan tren fesyen yang sedang berkembang. Hasil ini konsisten dengan temuan dalam penelitian ini, di mana ibu rumah tangga merasa termotivasi untuk berpakaian sesuai inspirasi yang disediakan akun TikTok. ⁷⁴ Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2021) ⁷⁴ tentang pengaruh tayangan Youtube terhadap preferensi fesyen perempuan juga menunjukkan temuan serupa. Konten yang estetis dan persuasif mampu membangun preferensi gaya berpakaian sesuai dengan karakter dan kepribadian audiens. Hal ini mengindikasikan bahwa konten TikTok juga berpotensi tinggi untuk memengaruhi pola pikir dan kebiasaan audiens dalam memilih pakaian, termasuk pada ibu rumah tangga yang mengikuti akun TikTok tertentu.

Teori *Uses and Gratifications* menekankan aspek integration and social interaction dalam penggunaan media. Ibu rumah tangga yang merasa terhubung dengan komunitas daring melalui komentar, berbagi konten, atau mengamati gaya pengguna lain di TikTok, semakin terdorong untuk mengikuti gaya berpakaian tertentu. Proses ini menciptakan semacam norma sosial baru yang memengaruhi cara mereka berpakaian sesuai ekspektasi komunitas yang terbentuk di platform tersebut.

Selain motivasi identitas dan interaksi sosial, kebutuhan *entertainment* atau hiburan juga memegang peran penting dalam pengaruh tayangan TikTok. Tayangan TikTok sering kali dikemas dalam bentuk yang menghibur sekaligus edukatif. Konten-konten yang ditayangkan oleh akun @ninazatulini22 memberikan kesenangan visual yang sekaligus menjadi sarana edukasi bagi ibu rumah tangga dalam memilih gaya berpakaian. Dengan demikian, motivasi hiburan berkontribusi terhadap persepsi positif terhadap konten TikTok, yang kemudian diinternalisasi dalam perilaku berpakaian mereka.

Hasil uji regresi menunjukkan ⁷¹ persamaan regresi linear yang diperoleh adalah:

$$Y = 3.811 + 0.647 X$$

Dimana Y adalah gaya berpakaian ibu rumah tangga, dan X adalah tayangan akun TikTok @ninazatulini22. Konstanta (a) sebesar 3.811 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari tayangan akun TikTok, gaya berpakaian ibu rumah tangga (Y) berada pada ²⁵ 3.811. Koefisien regresi (b) sebesar 0.647 ²⁵ menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit pada tayangan akun TikTok @ninazatulini22 akan meningkatkan gaya berpakaian ibu rumah tangga sebesar 0.647 unit.

³² Nilai Sig. yang diperoleh sebesar 0.000 ($p < 0.05$) mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan akun TikTok dengan gaya berpakaian ibu rumah tangga. Selain itu, nilai t sebesar 6.072 juga memperkuat bukti bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan kata lain, pengaruh tayangan akun TikTok @ninazatulini22 terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber memang terbukti nyata.

Nilai R Square sebesar 0.284 menunjukkan bahwa tayangan akun TikTok @ninazatulini22 memberikan kontribusi sebesar 28.4% terhadap perubahan gaya berpakaian ibu rumah tangga. Artinya, 28.4% variasi dalam gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber dapat dijelaskan oleh pengaruh tayangan dari akun TikTok @ninazatulini22. ³⁰ Sisanya, sebesar 71.6%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini, seperti faktor sosial, ekonomi, atau budaya yang ada di masyarakat setempat.

Kontribusi 28.4% ini juga mengindikasikan bahwa faktor lain seperti lingkungan sosial, budaya lokal, dan preferensi individu juga turut memengaruhi pilihan gaya berpakaian mereka. Namun demikian, peran media sosial seperti TikTok tetap krusial sebagai agen perubahan, terutama di era digital saat ini. ²¹ Hasil ini sejalan dengan penelitian Fitriani (2021), yang menemukan bahwa konten media visual memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk persepsi audiens tentang tren fesyen. ⁴⁸

Hasil penelitian ini menguatkan relevansi teori *Uses and Gratifications* yang menekankan peran aktif pengguna media dalam mengonsumsi dan memanfaatkan konten sesuai dengan kebutuhannya. Tayangan akun TikTok @ninazatulini22 bukan hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga alat yang efektif untuk memengaruhi perilaku dan pilihan berpakaian ibu rumah tangga.

Fenomena yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dipahami melalui teori sosial yang dikemukakan oleh Bandura (1986) dalam Rumjaun & Narod (2020). Menurut teori ini, individu cenderung meniru perilaku atau gaya yang mereka anggap menarik dan relevan dengan kehidupan mereka. ⁶⁷ Dalam hal ini, ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber kemungkinan meniru gaya berpakaian yang ditampilkan oleh influencer TikTok seperti @ninazatulini22 karena gaya tersebut dianggap relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari.

TikTok sebagai platform berbasis visual memungkinkan influencer untuk menyampaikan pesan gaya secara cepat dan mudah dipahami oleh pengikutnya. Dengan konten yang menampilkan pakaian sederhana namun tetap modis, influencer TikTok seperti @ninazatulini22 berhasil menarik perhatian ibu rumah tangga yang menginginkan perubahan dalam gaya berpakaian mereka tanpa mengorbankan kenyamanan.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa ibu rumah tangga cenderung dipengaruhi oleh konten media sosial dalam menentukan gaya berpakaian mereka. Studi oleh Sa'adah dan Nida (2022) menemukan bahwa ibu rumah tangga cenderung memilih pakaian yang mencerminkan identitas diri sekaligus adaptasi terhadap tren media sosial. Fatharani dan Putri (2023), serta Sari dan Butsi (2024) juga mencatat bahwa ibu rumah tangga sangat terpengaruh oleh media sosial karena sifat konsumsi media mereka yang lebih intensif, dengan konten yang dianggap relevan untuk kehidupan mereka.

Dari perspektif praktis, temuan ini menunjukkan bahwa influencer TikTok memiliki peran penting dalam membentuk tren gaya berpakaian ibu rumah tangga. Konten yang diproduksi oleh influencer seperti @ninazatulini22 memiliki daya tarik yang besar, terutama karena mereka berhasil menyesuaikan gaya dengan preferensi audiens mereka, seperti pakaian yang sederhana namun tetap modis. Hal ini menunjukkan bahwa influencer yang mampu berinteraksi secara aktif dengan audiensnya dapat membangun kepercayaan dan loyalitas, yang pada akhirnya meningkatkan kemungkinan audiens untuk mengikuti gaya yang dipromosikan (Abednego et al., 2021)

Meskipun tayangan akun TikTok @ninazatulini22 terbukti berpengaruh terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga, faktor budaya dan kenyamanan pribadi tetap memainkan peran penting dalam keputusan berpakaian mereka. Beberapa ibu rumah tangga di desa cenderung mengadaptasi gaya modern yang mereka temui di media sosial dengan elemen-elemen tradisional yang sesuai dengan nilai-nilai budaya mereka. Hal ini menunjukkan adanya pencampuran antara tren global dan identitas lokal dalam gaya berpakaian ibu rumah tangga.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang digunakan dimana dalam menjelaskan bagaimana individu mengonsumsi media untuk memuaskan motivasi tertentu, seperti *personal identity* dan *entertainment*, yang secara langsung memengaruhi perilaku berpakaian. Kebutuhan *personal identity* mengacu pada usaha individu untuk

menegaskan diri melalui media. Dalam penelitian ini, ibu rumah tangga melihat tayangan TikTok sebagai sumber inspirasi untuk menyesuaikan penampilan dengan tren fesyen yang mereka anggap relevan dan sesuai dengan identitas mereka. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media TikTok bukan bersifat pasif, tetapi lebih sebagai medium aktif untuk membantu individu dalam membangun citra diri. Blumer dan Katz (1974) menjelaskan bahwa melalui media, individu dapat menemukan referensi yang membantu mereka menampilkan versi terbaik dari diri mereka.

Faktor budaya juga berperan signifikan dalam memengaruhi penerimaan terhadap gaya berpakaian dari tayangan TikTok. Budaya lokal sering kali menjadi kerangka acuan yang memengaruhi preferensi berpakaian individu. Bagi ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber, mengadopsi tren berpakaian dari akun TikTok harus tetap selaras dengan norma budaya setempat. Mereka cenderung memilih konten yang sesuai dengan nilai-nilai lokal dan sosial di sekitar mereka. Menurut Hall (1997), budaya berfungsi sebagai kerangka interpretasi yang membentuk makna simbolik dari pilihan gaya hidup seseorang, termasuk cara berpakaian yang mereka anggap nyaman dan dapat diterima secara sosial.

Faktor kenyamanan pribadi juga berkaitan erat dengan motivasi dalam teori *Uses and Gratifications*. Dalam penelitian ini, ibu rumah tangga tidak hanya mencari tampilan yang modis, tetapi juga mempertimbangkan kenyamanan dalam berpakaian. Media TikTok menyediakan beragam referensi yang bisa diadaptasi sesuai kebutuhan individu, di mana inspirasi fesyen dapat disesuaikan dengan kondisi keseharian mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Fitriani (2021) yang menyatakan bahwa preferensi terhadap tren berpakaian dipengaruhi oleh kombinasi antara aspek estetika dan kenyamanan personal.

Keterkaitan antara teori *Uses and Gratifications* dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ibu rumah tangga memiliki tujuan spesifik dalam mengonsumsi tayangan akun TikTok @ninazatulini22, seperti mencari inspirasi, hiburan, dan relevansi identitas personal. Faktor budaya dan kenyamanan pribadi turut menjadi variabel penting dalam menjelaskan bagaimana tren fesyen diterima dan diadaptasi oleh audiens.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan akun TikTok @ninazatulini22 memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber. Pengaruh ini mencerminkan peran media sosial, khususnya TikTok, dalam membentuk tren mode dan gaya hidup. Meskipun demikian, faktor lain

seperti budaya lokal dan kenyamanan pribadi juga turut memengaruhi keputusan berpakaian ibu rumah tangga di desa tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konten yang ditampilkan oleh akun TikTok @ninazatulini22 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber. Penelitian ini menemukan bahwa setiap peningkatan 1 unit tayangan dari akun TikTok tersebut dapat meningkatkan perilaku imitasi gaya berpakaian ibu rumah tangga sebesar 0.647 unit. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh dari uji regresi sebesar 0.000 ($p < 0.05$) menunjukkan bahwa hipotesis alternatif diterima dan ada pengaruh yang signifikan antara tayangan akun TikTok @ninazatulini22 dengan gaya berpakaian ibu rumah tangga.

Berdasarkan hasil uji regresi dan uji t, ditemukan bahwa tayangan dari akun TikTok @ninazatulini22 memberikan kontribusi sebesar 28,4% terhadap perubahan gaya berpakaian ibu rumah tangga di Desa Delik Sumber, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Temuan ini memperkuat relevansi media sosial, khususnya TikTok, sebagai platform yang dapat membentuk preferensi mode dan gaya hidup, terutama di kalangan ibu rumah tangga yang lebih intensif mengonsumsi media sosial.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Bagi Influencer di TikTok:

Influencer seperti @ninazatulini22 diharapkan untuk terus menciptakan konten yang relevan dan bermanfaat bagi audiensnya, terutama ibu rumah tangga. Konten yang menampilkan pakaian yang praktis, modis, dan mudah diakses akan semakin mendorong perubahan gaya berpakaian yang positif. Selain itu, meningkatkan interaksi dengan pengikut, seperti memberikan tips atau menjawab pertanyaan, dapat memperkuat hubungan dengan audiens dan meningkatkan kepercayaan.

2. Bagi Peneliti dan Akademisi:

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh media sosial terhadap gaya hidup dan perilaku imitasi, khususnya di kalangan

ibu rumah tangga. Peneliti dapat mengembangkan topik ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang turut memengaruhi perilaku berpakaian, seperti faktor budaya atau status sosial.

3. Bagi Masyarakat dan Pemerintah:

Masyarakat, terutama ibu rumah tangga, perlu lebih selektif dalam mengikuti tren yang muncul di media sosial. Meskipun mengikuti tren dapat memberikan rasa percaya diri dan memperbarui gaya berpakaian, penting untuk tetap mempertimbangkan kenyamanan dan kesesuaian dengan budaya lokal. Pemerintah dan organisasi terkait dapat mengedukasi masyarakat untuk bijak dalam menggunakan media sosial dan memanfaatkan konten yang bermanfaat.

4. Bagi Pengelola Media Sosial:

Platform seperti TikTok sebaiknya mempertimbangkan untuk lebih mendukung konten yang bersifat edukatif dan memperkenalkan tren yang dapat meningkatkan kualitas hidup penggunanya. Selain itu, fitur interaktif yang memungkinkan audiens untuk lebih terlibat dalam penciptaan konten dapat memperkaya pengalaman pengguna.

Skripsi Fadly Rois

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
2	text-id.123dok.com Internet Source	1%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	digilib.isi.ac.id Internet Source	1%
5	docplayer.info Internet Source	1%
6	jurnal.peneliti.net Internet Source	<1%
7	repository.unika.ac.id Internet Source	<1%
8	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%

10	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
11	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
12	Submitted to University of Melbourne Student Paper	<1 %
13	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	<1 %
14	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
15	media.neliti.com Internet Source	<1 %
16	eprint.stieww.ac.id Internet Source	<1 %
17	Santika Dewi, Arifah Rakhmawati. "Efektivitas Terapi Teh Daun Kelor dan Teh Hijau Terhadap Penurunan Kadar Gula Darah Sewaktu (GDS) pada Penderita Diabetes Melitus di Puskesmas Palimanan Kabupaten Cirebon", MAHESA : Malahayati Health Student Journal, 2024 Publication	<1 %
18	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	<1 %
19	www.neliti.com	

Internet Source

<1 %

20

e-journal.uac.ac.id

Internet Source

<1 %

21

dosen.perbanas.id

Internet Source

<1 %

22

eprints.ums.ac.id

Internet Source

<1 %

23

library.walisongo.ac.id

Internet Source

<1 %

24

dewey.petra.ac.id

Internet Source

<1 %

25

eprints.poltektegal.ac.id

Internet Source

<1 %

26

pdffox.com

Internet Source

<1 %

27

repository.usd.ac.id

Internet Source

<1 %

28

zamiaal-amien.blogspot.com

Internet Source

<1 %

29

ejournal.uin-malang.ac.id

Internet Source

<1 %

30

Submitted to Tarumanagara University

Student Paper

<1 %

31	audeliadevina.wordpress.com Internet Source	<1 %
32	prosiding.ikipgribojonegoro.ac.id Internet Source	<1 %
33	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
34	repository-feb.unpak.ac.id Internet Source	<1 %
35	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1 %
36	eprints.untirta.ac.id Internet Source	<1 %
37	journal.arimbi.or.id Internet Source	<1 %
38	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
39	repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
40	repository.unifa.ac.id Internet Source	<1 %
41	repository.unmuhpnk.ac.id Internet Source	<1 %
42	repository.ut.ac.id Internet Source	<1 %

43	www.biotifor.or.id Internet Source	<1 %
44	www.jptam.org Internet Source	<1 %
45	aksara.mojokertokab.go.id Internet Source	<1 %
46	lib.polines.ac.id Internet Source	<1 %
47	repository.stp-bandung.ac.id Internet Source	<1 %
48	telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
49	zh.scribd.com Internet Source	<1 %
50	docobook.com Internet Source	<1 %
51	eprints.upj.ac.id Internet Source	<1 %
52	fisip.unsoed.ac.id Internet Source	<1 %
53	id.123dok.com Internet Source	<1 %
54	Meddy Nurpratama, Agus Yudianto, Taufansyah Firdaus. "Peran Career	<1 %

Development Center (CDC) Upaya
Pengembangan Mahasiswa di Universitas
Wiralodra Indramayu", Jurnal EMT KITA, 2024

Publication

55	adoc.pub Internet Source	<1 %
56	blogvermelhoebranco.blogspot.com Internet Source	<1 %
57	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
58	jurnal.untirta.ac.id Internet Source	<1 %
59	neosesame.com Internet Source	<1 %
60	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
61	repository.upnjatim.ac.id Internet Source	<1 %
62	vdocuments.com.br Internet Source	<1 %
63	windishintiadewi.wordpress.com Internet Source	<1 %
64	Dais Iis Tirtaatmaja, Johny R. E. Tampi, Aneke Y. Punuindoong. "Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil	<1 %

Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi
Tendean Manado", JURNAL ADMINISTRASI
BISNIS, 2019

Publication

65

Nadya Syifa Alfiyah, Tommy J F Wowor,
Cholisah Suralaga. "Faktor-Faktor yang
Berhubungan dengan Kepatuhan Diet Pasien
Diabetes Melitus Tipe 2 di Puskesmas
Kelurahan Pasar Minggu", Malahayati Nursing
Journal, 2024

Publication

<1 %

66

Trimizi Trimizi, Indra Iman, Elfry Elfry.
"PENGARUH PART WHOLE METHOD
TERHADAP TEKNIK DASAR PASSING BAWAH
BOLA VOLI", Jurnal Pendidikan Jasmani
Khatulistiwa, 2020

Publication

<1 %

67

ar.scribd.com

Internet Source

<1 %

68

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

<1 %

69

download.garuda.ristekdikti.go.id

Internet Source

<1 %

70

ejournal.uit-lirboyo.ac.id

Internet Source

<1 %

71

eprints.radenfatah.ac.id

Internet Source

<1 %

72	eprints.unpal.ac.id Internet Source	<1 %
73	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
74	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
75	hargamaterialpromo.com Internet Source	<1 %
76	journal.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
77	mathdidactic.stkipbjm.ac.id Internet Source	<1 %
78	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
79	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
80	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
81	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
82	takihumasunj.com Internet Source	<1 %
83	www.harianaceh.co.id Internet Source	<1 %

84

www.msn.com

Internet Source

<1 %

85

www.scribd.com

Internet Source

<1 %

86

Sukiyanto Sukiyanto, Tsalitsatul Maulidah. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Budaya Organisasi terhadap Motivasi Guru dan Karyawan", Jurnal Pendidikan Edutama, 2020

Publication

<1 %

87

Auni Mahfud Mahirah, Setiani Setiani. "Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja dan Etos Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT Surya Indah Food Multirasa Jombang", AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam, 2022

Publication

<1 %

88

Muhamad Yahya Rahanyamtel, Wiclif Sephnath Pinoa, Susan E Manakane. "The Influence of Environmental Pollution Knowledge on the Behavior of Using Single-Use Plastic Items among Students of the Faculty of Teacher Training and Education, Pattimura University, Ambon", Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti, 2024

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Fadly Rois

NBI : 1152000182

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing I : Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A

Dosen Pembimbing II : Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA

Judul Skripsi : Pengaruh terpaan iklan bumbu racik nasi goreng terhadap kesadaran publik tentang bekal sekolah di Desa Delik Sumber Kabupaten Gresik.

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Doctsem 1	Paraf Doctsem 2
1	19/3/24	Revisi judul	Beta	
2	26/3/24	Judul fokuskan masalah, lanjut buat LBM / Bab 1	Beta	
3	13/5/24	Revisi Bab 1 & Bab 2.	Beta	
4	24/6/24	Revisi Bab 2., Susunan disesuaikan.	Beta	
5	8/10/24	Revisi operasional variabel dan kerangka berpikir.	Beta	
6	22/10/24	Bab 2. & Bab 3.	Beta	
7	1/11/24	Revisi Bab 3		Jana
8	18/12/24	Acc Bab 4 & Bab 5.		Jana

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Fadly Rois
NIM : 1152000182
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 23 Desember 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Akun Tiktok @ninazatulini22 Terhadap Gaya Berpakaian Ibu Rumah Tangga Desa Delik Sumber

Catatan Perbaikan:

1. Redaksional masih banyak kesalahan penulisan & istilah asing tidak dicetak miring.
2. Bab V masih tidak dispesifikkan / deskripsikan pengaruhnya itu bagaimana.
3. Rubah jadi motif.

Surabaya, 10.01.2025
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Jemasantlu

Revisi dari Dosen Penguji,

Jemasantlu

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

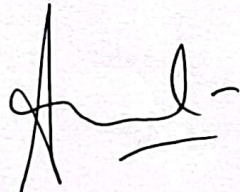
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Fadly Rois
NIM : 1152000182
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 23 Desember 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Akun Tiktok @ninazatulini22 Terhadap Gaya Berpakaian Ibu Rumah Tangga Desa Delik Sumber

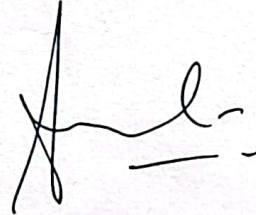
Catatan Perbaikan:

- Pertimbangkan ulang teori yg dipakai
- Arahkan penelitian untuk menunjukkan perubahan gaya berpakaian rumah apa
- Jelaskan alasan kenapa fokus pada akun TT @ninazatulini22
- Paparkan bagaimana anda sebagai peneliti mendeskripsikan bahwa responden penelitian tahu akun TT @ninazatulini22
- Sebar ulang kuisioner (tambah data yg lebih relevan)

Surabaya, 23 DESEMBER 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


AMALIA NURUL M.

Revisi dari Dosen Penguji,


AMALIA NURUL M.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

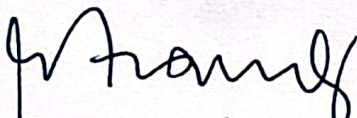
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Fadly Rois
NIM : 1152000182
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 23 Desember 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Akun Tiktok @ninazatulini22 Terhadap Gaya Berpakaian Ibu Rumah Tangga Desa Delik Sumber

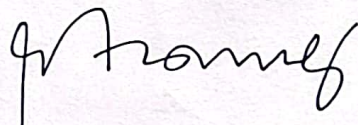
Catatan Perbaikan:

- Perbaiki Variabel X
- Tambahkan pd variabel X: Akses Akun...
- Perbaiki Landasan Konseptual 'Akun Tiktok'
- Tautankan sumber pd tabel.
- Teori Uses & Gratification lebih relevan y membaca Motif Khalayak, bukan Pengaruh Media.
Cek Teori yg lain. Perbaiki,

Surabaya, 23 Desember 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


(A.A.I Prihandari Satvikadewi)

Revisi dari Dosen Penguji,


(A.A.I Prihandari Satvikadewi)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.