

### **Bab III**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pernyataan yang menjadi rumusan masalah pada bab sebelumnya yang peneliti kemas dalam “Bagaimana Hubungan Tayangan *Vlog Daily Life* Artis di YouTube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?” Peneliti mengkaji lebih spesifik berkenaan materi yang diangkat, kemudian menetapkan teori SOR sebagai jembatan yang mengatarkan penelitian ini sesuai dengan kaidah layaknya sebuah penelitian.

Merujuk teorinya SOR yang dikemukakan oleh Houland yang kemudian dikutip Effendy menafsirkan dampak *new* media dalam mempengaruhi gaya hidup manusia. Maka peneliti mencantumkan rujukan tersebut dengan menetapkan visualisasi, konten, kreativitas, dan intensitas pembublikasikan *vlog* sebagai *stimulus* dan *organism* (S dan O). Membeli produk lebih dari satu dengan fungsi yang sama, membeli karena kemasan menarik, menjaga penampilan diri dan gengsi, dan mengutamakan gaya dari pada kebutuhan sebagai indikator gaya hidup konsumtif atau *respons*(R).

## A. Pengujian Kriteria Validitas dan Reliabelitas Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Tabel Validitas X			
Pernyataan	R-Hitung	R-Tabel	Keputusan
1	0,824	0,232	Valid
2	0,586	0,232	Valid
3	0,762	0,232	Valid
4	0,790	0,232	Valid
5	0,713	0,232	Valid
6	0,795	0,232	Valid
7	0,857	0,232	Valid
8	0,773	0,232	Valid

**Tabel 3.1 Tabel Validitas X**  
Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel Validitas Y			
Pernyataan	R-Hitung	R-Tabel	Keputusan
1	0,838	0,232	Valid
2	0,856	0,232	Valid
3	0,856	0,232	Valid
4	0,850	0,232	Valid
5	0,854	0,232	Valid
6	0,841	0,232	Valid
7	0,828	0,232	Valid
8	0,799	0,232	Valid

**Tabel 3.2 Tabel Validitas**  
Sumber: Pengolahan Data SPSS

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji normalitas berdistribusi normal menggunakan *Kalomograf-Smirnov*. Interpretasi data berdistribusi normal dihitung dengan cara membandingkan *Asymtotic Significance* dimana, jika nilai  $R_{table} > R_{table}$  maka distribusi data normal.

Berdasarkan hasil uji validitas dari indikator variabel X (*stimulust*) Dan variabel Y (*respons*) dengan nilai  $r_{tabel}$  diatas 0,232 dikarenakan jumlah responden yang mencapai 98 orang dengan rumus  $df = (100-2)$ . Dinyatakan dengan mutlak jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,01), maka nilai hasil dapat dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabelitas

Variabel X Reliabelitas			
No	Hasil Alpha Cronbach	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
1	0,939	0,600	Reliabel
2	0,941	0,600	Reliabel
3	0,940	0,600	Reliabel
4	0,939	0,600	Reliabel
5	0,940	0,600	Reliabel
6	0,937	0,600	Reliabel
7	0,937	0,600	Reliabel
8	0,939	0,600	Reliabel

**Tabel 3.3 Variabel Reliabelitas X**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

Variabel Y Reliabelitas			
No	Hasil Alpha Cronbach	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
1	0,936	0,600	Reliabel
2	0,936	0,600	Reliabel
3	0,938	0,600	Reliabel
4	0,937	0,600	Reliabel
5	0,937	0,600	Reliabel
6	0,936	0,600	Reliabel
7	0,936	0,600	Reliabel
8	0,938	0,600	Reliabel

**Tabel 3.4 Variabel Reabelitas Y**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan konsistensi alat ukur reabel atau tidak adalah jika hasil *Alpha Cronhbach* > standar *Alpha Cronhbach* (0,006) maka dinyatakan reabel.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua variabel yaitu *stimulust*, *organism*, dan *respons* menunjukkan hasil yang reliabel. Akumulasi tersebut dapat dilihat dari nilai hasil *cronbach alpha* lebih besar dari nilai standar *cronbach alpha* (0,600). Maka dapat disimpulkan bahwa kuisisioner dinyatakan valid dan reliabel.

## B. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Analisis deskriptif data penelitian dilakukan untuk menggambarkan seluruh rangkaian hasil penelitian dengan memasukan jawaban responden pada tabel tunggal. Pada penelitian ini membagi dua sisi yang menjadi subjek dan objek penelitian, yaitu variabel X (*stimulus* dan *organism*) dan variabel Y (*respon*). Setelah memasukan setiap jawaban responden kedalam tabel tunggal, kemudian dilakukan penilaian pada setiap jawaban dengan menggunakan skala *likert* dengan penilaian, yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Jumlah responden yang diberlakukan mempunyai kesempatan yang sama yaitu 100 orang dari jumlah seluruh mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang 18.388 mahasiswa aktif menggunakan metode *simple random sampling* dari Slovin.

Untuk mengukur hubungan tayangan *vlog daily life* artis terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dengan spesifikasi kategori sebagai berikut:

1. Jumlah poin yang didapat merupakan komulatif dari 100 responden
2. Skala pengukuran item terbesar adalah 5 dan yang terkecil 1, sehingga jumlah komulatifnya  $100 \times 5 = 500$  dan  $100 \times 1 = 100$
3. Rentang skor maksimum dan minimum  $500 - 100 = 400$ , kemudian *score range*  $400/5 = 80$

No	Rentang Skor	Kategori
1	423-500	Sangat Efektif
2	343-422	Efektif
3	262-342	Cukup Efektif
4	181-261	Tidak Efektif
5	100-180	Sangat Tidak Efektif

**Tabel 3.5 Kriteria Penilaian**

*Sumber:* Pengolahan Peneliti

### 1. Karakteristik Responden

Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden dari jumlah keseluruhan populasi sebanyak 18.388 mahasiswa. Dari seluruh sampel yang telah dihimpun mempunyai keragaman fakultas, angkatan, dan jenis kelamin, namun semuanya merupakan mahasiswa aktif (2017, 2018, dan 2019) yang berkuliah di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Setiap populasi dan responden mempunyai kesamaan dalam penilaian tanpa memperhatikan kelaster tertentu. Pemilihan responden sendiri dipilih secara acak berdasarkan metode *Sample Randem Sampling*.

a. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian “Hubungan Tayangan *Vlog Daily Life* Artis di Youtube Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang”.

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	35	35%
Perempuan	65	65%

**Tabel 3. 6 Data Responden Berdasarkan Usia**

*Sumber:* Hasil Pengolahan Data

Deskripsi data responden berdasarkan usia (tabel 3.6) diatas menyatakan bahwa data responden mayoritas didominasi oleh jenis kelamin perempuan dengan jumlah persentase 65 % sedangkan laki-laki sebesar 35 %.

b. Data Responden Berdasarkan Angkatan

Data responden berdasarkan angkatan dikualifikasikan menjadi tiga yaitu 2017, 2018, dan 2019 sebagai mahasiswa aktif yang berkuliah di UIN Raden Fatah Palembang.

Angkatan	Jumlah	Persentase
2017	55	55%
2018	30	30%
2019	15	15%

**Tabel 3.7 Data Responden Berdasarkan Angkatan**

*Sumber:* Hasil Pengolahan Data

Data responden berdasarkan angkatan pada (tabel 3.7) menunjukkan jumlah angkatan 2017 sebesar 55%, angkatan 2018 sebesar 30%, sedangkan angkatan 2019 sebesar 15%.

c. Data Responden Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan data responden dengan kualifikasi fakultas adalah

Fakultas	Jumlah	Persentase
Syariah dan Hukum	3	3%
Tarbiyah dan Keguruan	15	15%
Ushuluddin dan Pemikiran Islam	3	3%
Adab dan Humaniora	4	4%
Dakwah dan Komunikasi	36	36%
Ekonomi dan Bisnis Islam	23	23%
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	6	6%
Sains dan Teknologi	9	9%
Psikologi	1	1%

**Tabel 3. 8 Data Responden Berdasarkan Fakultas**

*Sumber:* Hasil Pengolahan Data

Pada (tabel 3.8) menunjukkan jumlah responden di Fakultas Syariah dan Hukum sebesar 3%, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan sebesar 15%, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam sebesar 3%, Fakultas Adab dan Humaniora sebesar 4%, Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebesar 36%, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebesar 23%, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sebesar 6%, Fakultas Sains dan Teknologi sebesar 9%, sedangkan Fakultas Psikologi sebesar 1%.

Adapun tanggapan responden mengenai bagaimana konten *vlog daily life* Artis di Youtube dan siapa youtubers Artis yang disukai, berikut adalah tanggapannya:

NO	NAMA	JK	KETERANGAN
1	Ade Bunga Izzati	P	Saya suka menonton <i>vlog daily life</i> The Onsu Family di Youtube karena setiap <i>vlog</i> dari mereka mengajarkan tentang kebersamaan dan bahagia bersama keluarga tidak mesti melakukan hal-hal yang mewah.
2	Ade Shella Agustina	P	Saya menikmati <i>vlog daily life</i> Aurelie Hermansyah karena setiap konten yang di berikan memberikan informasi tentang <i>life style</i> , dan kebaikan terhadap satu sama lain.
3	Agung	L	Saya sering menonton <i>vlog daily life</i> karena setiap konten yang diberikan memberikan manfaat dan informasi yang dapat membuka pikiran kita untuk berkembang lebih luas dan dapat menjalani hidup dengan pikiran yang positif.
4	Bella Ayu Aranta	P	Saya sering menonton <i>vlog daily life</i> Rans Intertainment, sangat menginspirasi dalam menjalin hubungan yang harmonis terhadap keluarga dan dapat dijadikan informasi terkhususnya saya yang hobi <i>traveling</i>
5	Dela Adelya	P	Saya menyukai <i>vlog daily life</i> Baim Paula karena setiap konten yang diberikan dapat mengajarkan kepada penonton untuk berbuat baik setiap apapun yang kita lakukan dan memberikan informasi bagaimana cara mengurus anak dengan baik.
6	Fajar Ramadhan	L	Saya suka menonton <i>vlog daily life</i> Taulany TV karena saya suka ketika andre membahas tentang transportasi darat yang klasik dan unik, dapat menginspirasi saya untuk bekerja lebih kerang untuk bisa mendapatkan barang unik itu juga.
7	Feby Saputra	L	Saya suka menonton <i>vlog daily life</i> Baim Paula karena tidak hanya contoh kebaikan tetapi juga bisa menghibur saya disaat saya sedang bersedih

8	Haspui Rasasi	L	Saya sering menonton <i>vlog daily life</i> Rditya Dika karena konten youtube yang di berikan berupa hiburan yang mengandung makna kehidupan
9	Indika Trilosy	L	Saya sangat suka dengah <i>vlog daily life</i> Baim Paula saat dia melakukan <i>experiment</i> yang tentunya dapat menghibur dan tidak luput dari perlakuan kebaikan sesama manusia
10	Liah Relita	P	Saya sangat menyukai <i>vlog daily life</i> The Sungkar famiy, konten yang diberikan sangat menginspirasi dan memberikan pengetahuan tentang menjadi pengusaha dan menjalin hubungan dengan keluarga.
11	Lidia Sari	P	Saya sering menonton <i>vlog</i> Beby Tsabina karena setiap video nya selalu memberikan ilmu terhadap penonton baik itu dalam segi kecantikan, travelling, makanan, dan barang-barang yang branded.
12	Meiti Rahmatia	P	Saya suka menonton <i>vlog</i> Prilly Latukonsina karena suka memberikan motivasi hidup dan bisa mengajarkan akan menghargai waktu
13	M Zulkifli	L	Saya suka menonton <i>vlog daily life</i> Rans Intertainment karena dapat memberikan ilmu untuk menjadi pengusaha sukses dan dapat di jadikan referensi untuk travelling
14	Meni Santri	P	Saya menyukai <i>vlog daily life</i> Prilly Latukonsina karena beberapa kontennya suka memberikan saran kepada teman-teman yang sedang ada masalah.
15	Mirza Rahayu	P	Saya suka menonton The Sungkar Family karena dari sana saya berpikir bahwa belajar tidak memandang umur dan membukakan pintu hati saya untuk segera menikah
16	Nandini Faradilla	P	saya suka menonton <i>vlog</i> kehidupan keseharian The onsu family di Youtube karena setiap vlog nya memberikan makna keluarga sederhana yang saling menjaga keharmonisan keluarga
17	Novita Angraini	P	Saya menikmati <i>vlog daily life</i> Prilly Latukonsina karena setiap konten yang di berikan memberikan informasi tentang life style dan kebaikan terhadap satu sama lain.

18	Putri Riski Utami	P	Saya menikmati <i>vlog daily life</i> The onsu family, setiap konten yang di tayangkan selalu mengajarkan bagaimana membangun kemisteri dengan anak dan selalu mengajarkan cara mendidik anak melalui ketegasan dan kasih saying
19	Rahadatul Aisy	P	Saya senang menonton <i>vlog</i> Baim paula setiap yang dilakukan memberikan manfaat kepada banyak orang dan selalu memberikan pelajaran tolonglah orang yang sedang membutuhkan pertolongan kita
20	Randi Nopriansah	L	Saya suka menonton <i>vlog</i> Boy William dengan menghadirkan bintang tamu yang menginspirasi dan dapat memberikan ilmu kepada penonton
21	Raudantun Nisa	P	Saya sangat menikmati <i>vlog</i> Rafi Ahmad <i>collab</i> dengan Baim paula disitu saya menyadari bahwa arti sebuah pertemanan yang baik sangat memberikan manfaat dan akan dibalas dengan kebaikan.
22	Rizki Agustina	P	Saya suka menonton <i>daily life</i> ketika aurel <i>collab</i> dengan Atta Halilintar, banyak manfaat yang dapat di ambil yaitu disiplin, menjadi lebih rajin dan menjadi pribadi yang lebih baik butuh nia, proses dan komitmen
23	Rizki Kurniah Asih	P	Saya senang menonton <i>vlog daily life</i> Baby Tsabina memberikan informasi seputar kecantikan dan menjadi wanita aktif, cerdas dalam memilih alat kecantikan
24	Ratmi Sri Utami	P	Konten <i>vlog daily life</i> Artis di youtube menurut saya sangat menghibur karena menunjukkan gaya hidup yang menarik
25	Rudiansyah	L	Saya sering menonton <i>vlog daily life</i> Taulany tv/ Andre Taulay, setiap konten yang di tayangkan selalu menceritakan dan memberikan pengetahuan tentang transportasi darat yang antik
26	Septiawan	L	Saya suka menonton <i>vlog daily life</i> sule karena sering memberikan konten yang lucu dan sangat menghibur ketika saya sedang sedih
27	Safrina Fatisah	P	Saya menikmati <i>vlog daily life</i> Boy William karena setiap konten yang di tayangkan

			memberikan pelajaran setiap orang sukses berasal dari orang biasa tidak semerta merta instan
28	Sindi Astri Aulia	P	Saya sangat menikmati <i>vlog daily life</i> The Sungkar Family, keluarga yang harmonis dengan latar belakang 2 orang wanita kakak beradik yang sangat tegar dalam menjalani kehidupan, dari mereka saya mengerti akan artinya kesabaran
29	Vernanda Agung Wijaya	L	Saya hobi menonton Aish TV atau pasangan Ammar Zoni dan Irish Bella mengajarkan setiap kehidupan selalu di imbangi dengan kesabaran dan keikhlasan karena segala hal dikaitkan dengan dua sifat tersebut akan mendapatkan balasan yang lebih baik dan lebih indah
30	Yulia	P	Saya suka menonton <i>vlog daily life</i> Raditia Dika ketika video yang di tayangkan menceritakan keluarganya karena saya sangat suka sama anaknya yang lucu dan menggemaskan

**Tabel 3.9 Tanggapan Responden Mengenai *Vlog Daily Life* Artis di Youtube**  
*Sumber:* Hasil Wawancara

## 2. *Stimulust*

Variabel X memuat delapan pernyataan sebagai indikator penelitian untuk mengukur hubungan yang ditimbulkan dari tayangan *daily life* Artis. Pernyataan tersebut menjadi representasi dari indikator yang peneliti cantumkan berdasarkan teori SOR dari Houtland. Delapan pernyataan yang dituangkan dalam kuisioner dikategorikan sebagai variabel X sekaligus *stimulust* dan *organism* dalam teori Effendy. Adapun delapan pernyataan tersebut merupakan representasi dari indikator;

- a. Visualisasi tayangan menarik
- b. Konten tayangan yang mengangkat aktivitas keseharian *youtubers* yang menyenangkan
- c. Promosi pemakaian produk atau jasa tertentu secara implisit

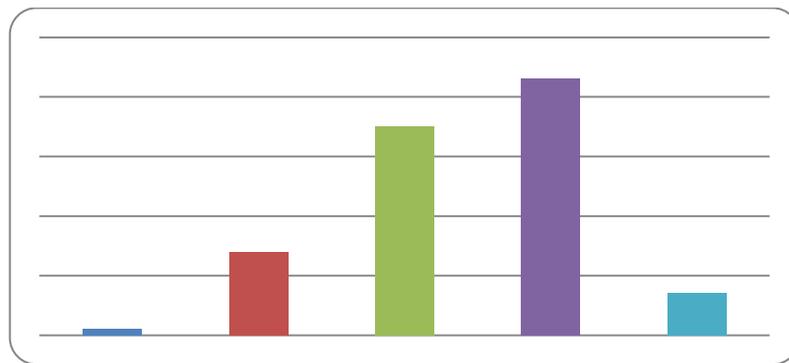
Berikut adalah tanggapan responden instrumen dari pernyataan `tayangan *vlog daily life* Artis menarik untuk ditonton`. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel dan diagram berikut:

### X.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	14	14.0	14.0	15.0
	RR	35	35.0	35.0	50.0
	S	43	43.0	43.0	93.0
	SS	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.10 Pernyataan Minat Menonton Vlog**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS



**Diagram 3.1 Instrumen Pernyataan Minat Menonton Vlog X.1**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

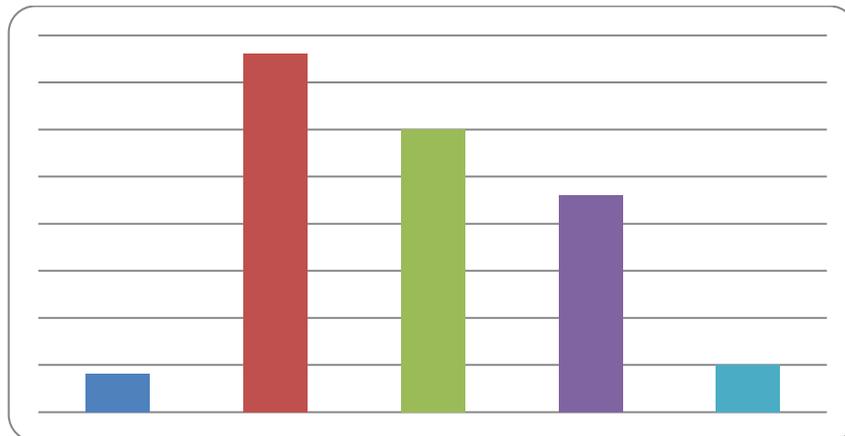
Berdasarkan hasil data yang diperoleh diatas, menjelaskan bahwa pernyataan sangat setuju sebesar 7%, setuju sebesar 43%, ragu-ragu sebesar 35%, tidak setuju sebesar 14%, dan sangat tidak setuju sebesar 1%.

Pernyataan `tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube dapat mempengaruhi kehidupan saya` diperoleh hasil pernyataan responden sebagai berikut:

### X.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	38	38.0	38.0	42.0
	RR	30	30.0	30.0	72.0
	S	23	23.0	23.0	95.0
	SS	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.11 Instrumen Pernyataan Mempengaruhi Hidup**  
*Sumber: Pengolahan SPSS*



**Diagram 3.2 Instrumen Pernyataan Mempengaruhi Hidup X.2**  
*Sumber: Pengolahan Data SPSS*

Pernyataan yang diperoleh dari tanggapan responden adalah sangat setuju sebesar 5%, setuju sebesar 23%, ragu-ragu, sebesar 30%, tidak setuju 38%, dan sangat tidak setuju 4%.

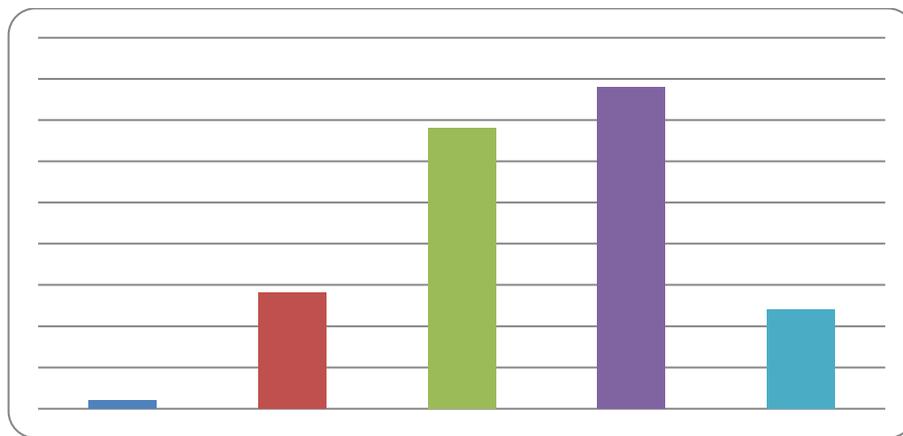
Tanggapan responden dari pernyataan `visualisasi tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube menarik` adalah:

### X.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0

TS	14	14.0	14.0	15.0
RR	34	34.0	34.0	49.0
S	39	39.0	39.0	88.0
SS	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.12 Instrumen Pernyataan Visualisasi Menarik**  
*Sumber: Pengolahan SPSS*



**Diagram 3.3 Instrumen Pernyataan Visualisasi Menarik X.3**  
*Sumber: Pengolahan Data SPSS*

Hasil yang peroleh dari pernyataan tersebut menggambarkan tanggapan responden sangat setuju sebesar 12%, setuju sebesar 39%, ragu-ragu sebesar 34%, tidak setuju sebesar 14%, dan sangat tidak setuju sebesar 1%.

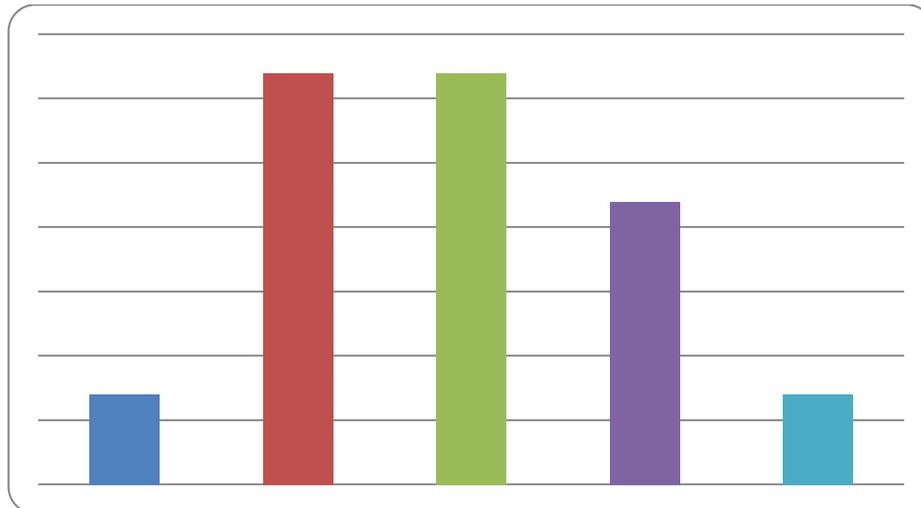
Tanggapan responden dari pernyataan `saya tertarik mengikuti tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube` berikut tanggapannya:

#### X.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	7	7.0	7.0	7.0
TS	32	32.0	32.0	39.0
RR	32	32.0	32.0	71.0
S	22	22.0	22.0	93.0

SS	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.13 Instrumen Pernyataan Ketertarikan Mengikuti**  
*Sumber: Pengolahan SPSS*



**Diagram 3.4 Instrumen Pernyataan Ketertarikan Mengikuti X.4**  
*Sumber: Pengolahan Data SPSS*

Hasilnya menunjukkan bahwa tanggapan responden yang sangat setuju sebesar 7%, setuju sebesar 22%, ragu-ragu sebesar 32%, tidak setuju sebesar 32%, dan sangat tidak setuju sebesar 7%.

Tanggapan responden dari pernyataan `aktivitas yang ditayangkan Youtubers Artis menyenangkan` berikut adalah tanggapannya:

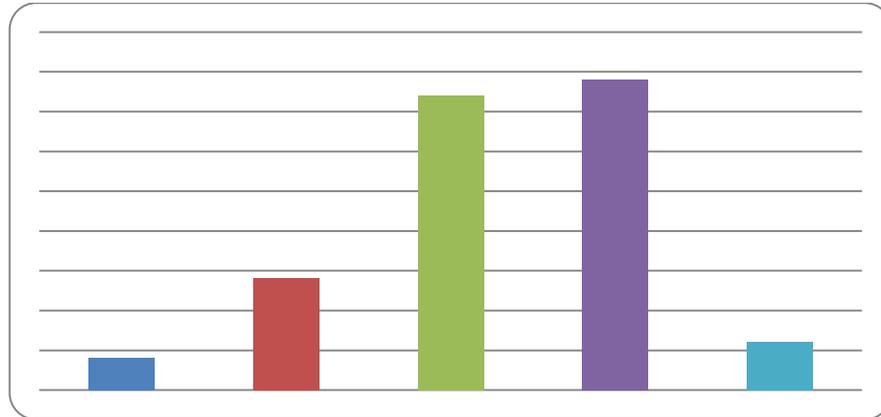
#### X.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.0	4.0	4.0
TS	14	14.0	14.0	18.0
RR	37	37.0	37.0	55.0
S	39	39.0	39.0	94.0
SS	6	6.0	6.0	100.0

Total	100	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

**Tabel 3.14 Instrumen Pernyataan Ketertarikan**

*Sumber: Pengolahan SPSS*



**Diagram 3.5 Instrumen Pernyataan Ketertarikan X.5**

*Sumber: Pengolahan Data SPSS*

Hasilnya menunjukkan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 6%, setuju sebesar 39%, ragu-ragu sebesar 37%, tidak setuju sebesar 14 %, sangat tidak setuju sebesar 4%.

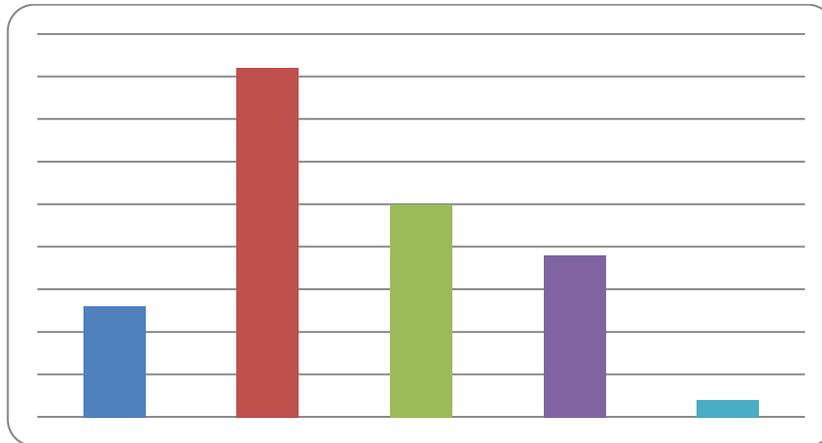
Tanggapan responden dari pernyataan `saya selalu memantau tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube` adalah sebagai berikut:

**X.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	13	13.0	13.0	13.0
	TS	41	41.0	41.0	54.0
	RR	25	25.0	25.0	79.0
	S	19	19.0	19.0	98.0
	SS	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.15 Instrumen Pernyataan Memantau Tayangan *vlog* Terbaru**

*Sumber: Pengolahan SPSS*



**Diagram 3.6 Instrumen Pernyataan Memantau Tayangan Vlog Terbaru X.6**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

Hasilnya menunjukkan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 2%, setuju sebesar 19%, ragu-ragu sebesar 25%, tidak setuju sebesar 41% sangat tidak setuju sebesar 13%.

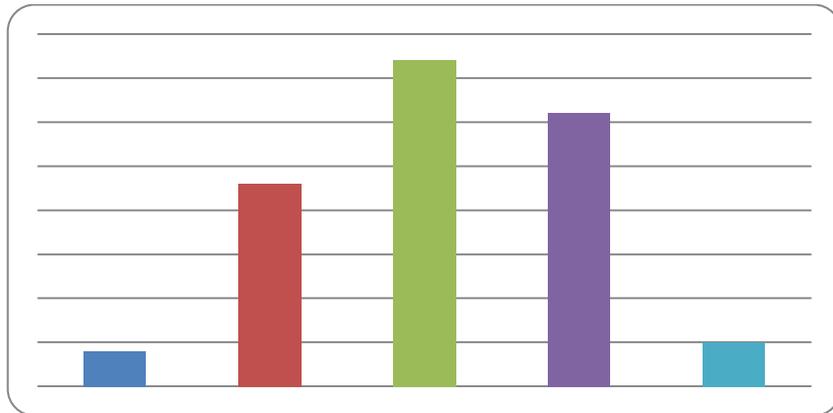
Tanggapan responden dari pernyataan `saya menyukai tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube` adalah:

**X.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.0	4.0	4.0
TS	23	23.0	23.0	27.0
RR	37	37.0	37.0	64.0
S	31	31.0	31.0	95.0
SS	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.16 Instrumen Pernyataan Ketertarikan Menyukai**

*Sumber:* Pengolahan SPSS



**Diagram 3.7 Instrumen Pernyataan Ketertarikan Menyukai X.7**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

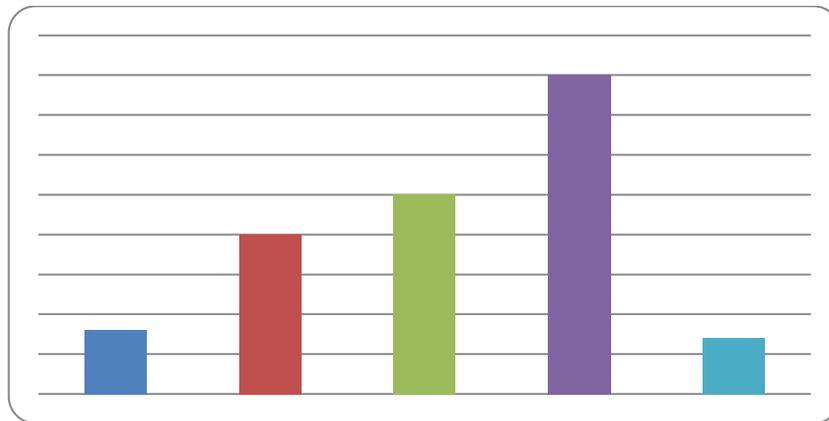
Hasil dari tanggapan responden menjelaskan bahwa pernyataan yang sangat setuju sebesar 5%, setuju sebesar 31%, ragu-ragu sebesar 37%, tidak setuju 23%, sangat tidak setuju 4%.

Tanggapan responden dari pernyataan `konten *vlog daily life* Artis di Youtube menjadi hiburan bagi saya` adapun hasilnya sebagai berikut:

**X.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	8	8.0	8.0	8.0
TS	20	20.0	20.0	28.0
RR	25	25.0	25.0	53.0
S	40	40.0	40.0	93.0
SS	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.17 Instrumen Pernyataan Vlog Adalah Hiburan**  
*Sumber: Pengolahan SPSS*



**Diagram 3.8 Instrumen Pernyataan Ketertarikan Vlog Adalah Hiburan X.8**  
*Sumber: Pengolahan Data SPSS*

Hasil dari tanggapan responden adalah sangat setuju sebesar 7%, setuju sebesar 40%, ragu-ragu sebesar 25%, tidak setuju sebesar 20%, sangat tidak setuju sebesar 8%.

### 3. *Organism dan Respons*

Pernyataan Variabel Y merupakan representasi dari *organism* dan *respons* dari teorinya SOR, yang memuat indikator sebagai berikut:

1. Membeli produk lebih dari satu dengan fungsi yang sama
2. Membeli karena kemasan menarik
3. Menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Mengutamakan gaya dari pada kebutuhan

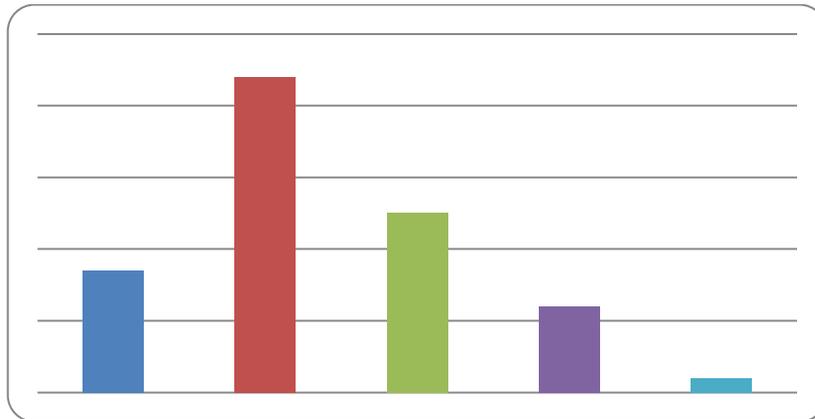
Berikut adalah tanggapan responden dari pernyataan `saya membeli produk/jasa setelah melihat tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube` adalah sebagai berikut:

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	17	17.0	17.0	17.0
TS	44	44.0	44.0	61.0
RR	25	25.0	25.0	86.0
S	12	12.0	12.0	98.0
SS	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.18 Instrumen Pernyataan Tindakan**

*Sumber:* Pengolahan SPSS



**Diagram 3.9 Instrumen Pernyataan Tindakan Y.1**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

Hasilnya menjelaskan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 2%, setuju sebesar 12%, ragu-ragu sebesar 25%, tidak setuju sebesar 44%, sangat tidak setuju sebesar 17%.

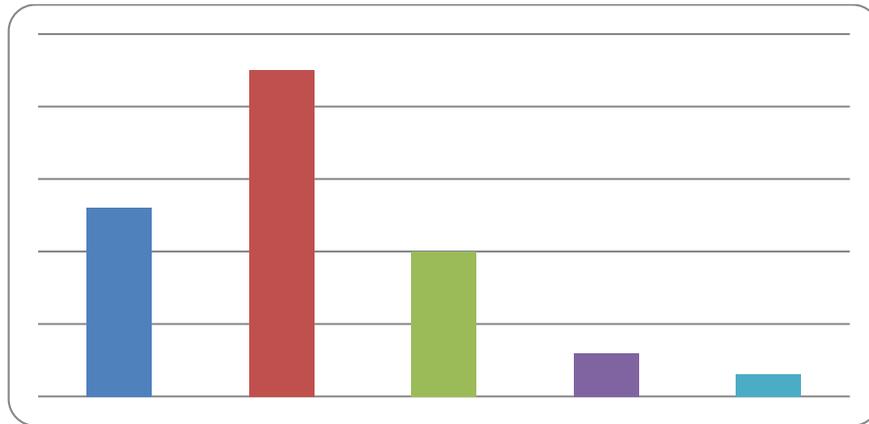
Pernyataan dari `saya mengoleksi produk yang dipakai *Youtubers* Artis` menuai tanggapan sebagai berikut:

**Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	26	26.0	26.0	26.0
	TS	45	45.0	45.0	71.0
	RR	20	20.0	20.0	91.0
	S	6	6.0	6.0	97.0
	SS	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.19 Instrumen Tindakan Mengoleksi Produk**

*Sumber:* Pengolahan SPSS



**Diagram 3.10 Instrumen Tindakan Mengoleksi Produk Y.2**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

Tanggapan dari responden tersebut menjelaskan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 3%, setuju sebesar 6%, ragu-ragu sebesar 20%, tidak setuju sebesar 45%, sangat tidak setuju sebesar 26%.

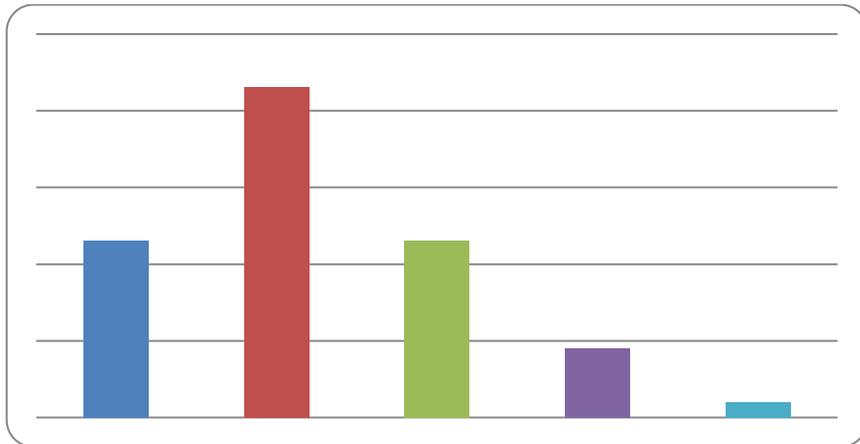
Sedangkan dari pernyataan `saya menggunakan produk yang mengikuti *trend Youtubers Artis` adalah:*

**Y.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	23	23.0	23.0	23.0
TS	43	43.0	43.0	66.0
RR	23	23.0	23.0	89.0
S	9	9.0	9.0	98.0
SS	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.20 Instrumen Pernyataan Keputusan Mengikuti *Trend Youtibers***

*Sumber:* Pengolahan SPSS



**Diagram 3.11 Instrumen Pernyataan Keputusan Mengikuti *Trend Youtibers* Y.3**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

Hasilnya menjelaskan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 2%, setuju sebesar 9%, ragu-ragu sebesar 23%, tidak setuju sebesar 43%, sangat tidak setuju sebesar 23%.

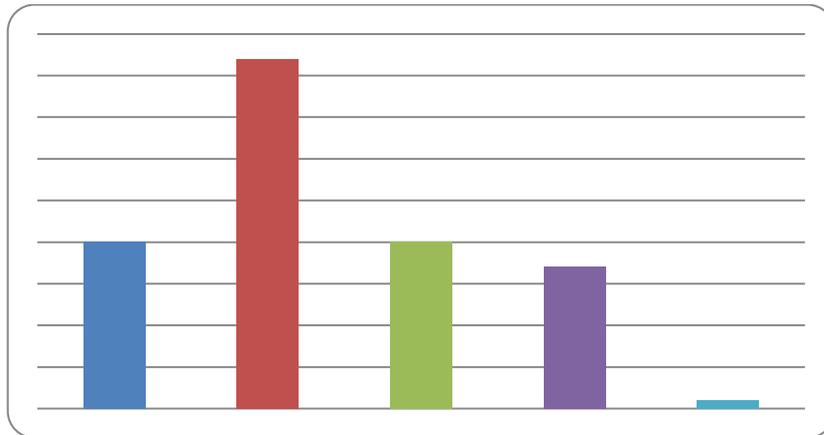
Tanggapan responden dari pernyataan `saya membeli produk tersebut karena banyak dipromosikan *Youtubers* Artis` adalah sebagai berikut:

**Y.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	20	20.0	20.0	20.0
TS	42	42.0	42.0	62.0
RR	20	20.0	20.0	82.0
S	17	17.0	17.0	99.0
SS	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.21 Instrumen Pernyataan Mengikuti Promosi *Youtubers***

*Sumber:* Pengolahan SPSS



**Diagram 3.12 Instrumen Pernyataan Mengikuti Promosi *Youtubers* Y.4**  
*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

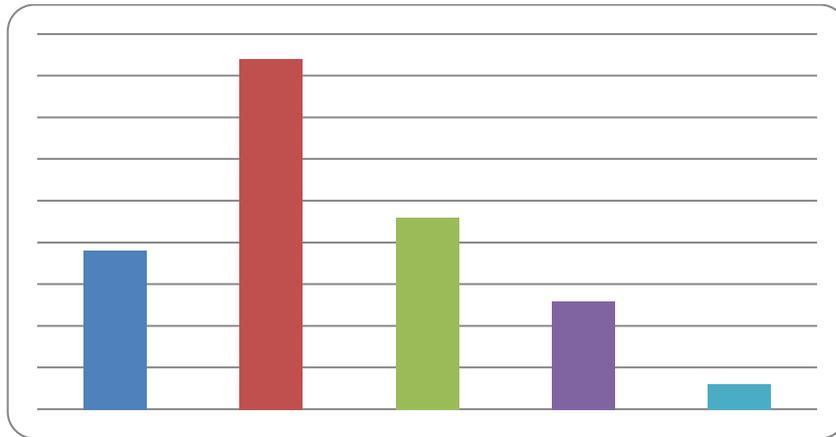
Hasilnya menjelaskan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 1%, setuju sebesar 17%, ragu-ragu sebesar 20%, tidak setuju sebesar 42%, sangat tidak setuju sebesar 20%.

Tanggapan dari pernyataan `saya membeli produk lebih dari satu dengan fungsi yang sama adalah:

**Y.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	19	19.0	19.0	19.0
TS	42	42.0	42.0	61.0
RR	23	23.0	23.0	84.0
S	13	13.0	13.0	97.0
SS	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.22 Instrumen Pernyataan Membeli Produk Lebih Dari Satu**  
*Sumber:* Pengolahan SPSS



**Diagram 3.13 Instrumen Pernyataan Keputusan Membeli Produk Lebih Dari Satu Y.5**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

Hasil dari pernyataan tersebut menjelaskan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 3%, setuju sebesar 13%, ragu-ragu sebesar 23%, tidak setuju sebesar 42%, sangat tidak setuju sebesar 19%.

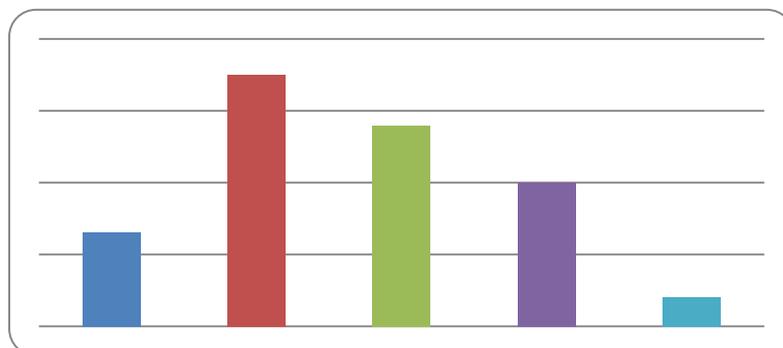
Tanggapan responden dari pernyataan `saya termotivasi menggunakan produk/jasa yang digunakan *Youtubers* Artis` dapat dilihat dari tabel distribusi frekuensi berikut ini:

**Y.6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	13	13.0	13.0	13.0
TS	35	35.0	35.0	48.0
RR	28	28.0	28.0	76.0
S	20	20.0	20.0	96.0
SS	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.24 Instrumen Pernyataan Motivasi *Youtubers***

*Sumber:* Pengolahan SPSS



**Diagram 3.14 Instrumen Pernyataan Motivasi Youtubers Y.6**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

Dari hasil yang diperoleh menjelaskan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 4%, setuju sebesar 20%, ragu-ragu sebesar 28%, tidak setuju sebesar 35%, sangat tidak setuju sebesar 13%.

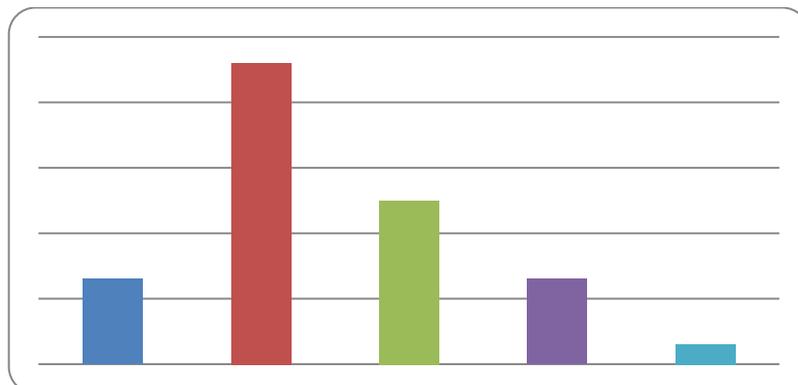
Adapun tanggapan responden dari pernyataan `dengan menggunakan produk yang dipakai *Youtubers* Artis dapat meningkatkan kepercayaan diri saya` dapat dilihat dari tabel distribusi frekuensi dibawa ini:

**Y.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	13	13.0	13.0	13.0
TS	46	46.0	46.0	59.0
RR	25	25.0	25.0	84.0
S	13	13.0	13.0	97.0
SS	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.25 Instrumen Pernyataan Motivasi Percaya Diri**

*Sumber:* Pengolahan SPSS



**Diagram 3.15 Instrumen Pernyataan Motivasi Percaya Diri Y.7**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS

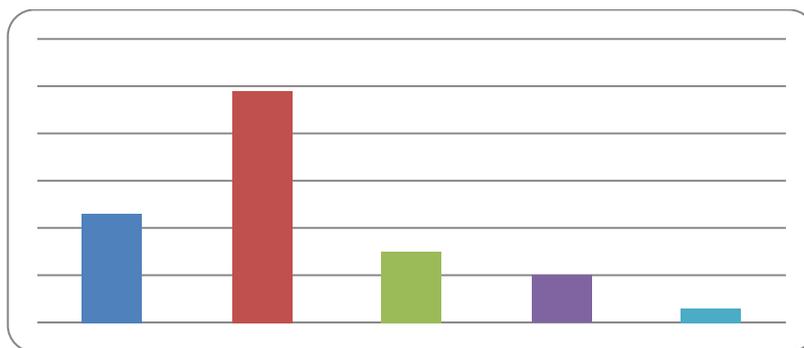
Hasilnya menjelaskan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 3%, setuju sebesar 13%, ragu-ragu sebesar 25%, tidak setuju sebesar 46%, sangat tidak setuju sebesar 13%.

Sedangkan tanggapan responden dari pernyataan `saya sering membeli produk yang dipakai *Youtubers* Artis padahal tidak terlalu membutuhkannya` dapat dilihat dari tabel distribusi frekuensi sebagai berikut:

**Y.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	23	23.0	23.0	23.0
TS	49	49.0	49.0	72.0
RR	15	15.0	15.0	87.0
S	10	10.0	10.0	97.0
SS	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 3.26 Instrumen Pernyataan Keinginan Membeli Produk**  
*Sumber: Pengolahan SPSS*



**Diagram 3.16 Instrumen Pernyataan Keinginan Membeli Produk Y.8**  
*Sumber: Pengolahan Data SPSS*

Hasilnya menunjukkan bahwa tanggapan yang sangat setuju sebesar 3%, setuju sebesar 10%, ragu-ragu sebesar 15%, tidak setuju sebesar 49%, sangat tidak setuju sebesar 23%.

### C. ANALISIS STATISTIK INFERENSIAL

Analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan mengukur korelasi variabel penelitian. Data dan informasi yang telah didapat selama proses pengumpulan data dan pengolahan awal menjadi dasar pengujian hipotesis dan penarikan kesimpulan. Pengujian data menggunakan korelasi *Rank Spearman* karena data yang berskala ukur ordinal. Tingkat signifikan dalam menguji hipotesis ( $\alpha$ ) sebesar 0,01

Kriteria pengujian:

- a. Jika  $|t_{hitung}| \geq t_{\alpha/2, n-2}$ , atau nilai signifikansi (Sig.)  $< \alpha$  (0,01) maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima yang berarti terdapat hubungan antar variabel yang diteliti.
- b. Jika  $t_{\alpha/2, n-2}$ , atau nilai signifikansi (Sig.)  $> \alpha$  (0,01) maka  $H_0$  diterima, yang berarti tidak ada hubungan antara variabel yang diteliti.

Perhitungan uji statistik menggunakan *software SPSS for Macintosh* versi 25.0, Syarat untuk menentukan keeratan tingkat pengaruh antara kedua variabel adalah jika nilai korelasi *Rank Spearman* menunjukkan pengaruh yang signifikan melalui uji signifikansi ( $t$ ). Atas dasar pemikiran ini dapat dilakukan interpolasi (pendekatan) nilai  $r_s$  menjadi sebanding dengan nilai  $r$ . selanjutnya dari nilai interpolasi  $r$  yang diperoleh dapat dilakukan dengan penentuan keeratan tingkat pengaruh yang ditunjukkan oleh korelasi  $r_s$

dengan berdasarkan *Guilford's Emperical Rule*, yang merupakan ukuran penentuan keeratan pengaruh untuk korelasi ( $r$ ).

Besarnya Nilai $r$	Kategori Pengaruh
$< 0,20$	Rendah Sekali
$>0,20 - 0,40$	Rendah tapi pasti
$> 0,40 - 0,70$	Cukup tinggi
$> 0,70 - 0,90$	Tinggi, kuat
$> 0,90$	Sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan

**Tabel 3.27 *Guilford's Emperical Rule***

*Sumber:* Rakhmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*. 2002

Dari analisis dengan menggunakan SPSS versi 25.0 menunjukkan hasil sebagai berikut:

a. **Korelasi**

Korelasi yaitu menganalisis pengaruh variabel X dengan variabel Y, yaitu hubungan *vlog daily life* Artis di Youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

**Correlations**

		xtotal	ytotal
xtotal	Pearson Correlation	1	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
ytotal	Pearson Correlation	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

**Tabel 3.28 Hasil Analisis Korelasi**

*Sumber:* Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0

H<sub>0</sub>: Tidak Terdapat hubungan antara *vlog daily life* Artis di Youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang

H<sub>1</sub>: Terdapat hubungan antara *vlog daily life* Artis di Youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang

**Dasar pengambilan keputusan**

Jika nilai signifikansi < 0.01, maka berkorelasi

Jika nilai signifikansi > 0.01, maka tidak berkorelasi

### **Pedoman Derajat Hubungan**

Nilai *Pearson Correlation* 0.00 s/d 0.20 = **tidak ada korelasi**

Nilai *Pearson Correlation* 0.21 s/d 0.40 = **korelasi lemah**

Nilai *Pearson Correlation* 0.41 s/d 0.60 = **korelasi sedang**

Nilai *Pearson Correlation* 0.61 s/d 0.80 = **korelasi kuat**

Nilai *Pearson Correlation* 0.81 s/d 1.00 = **korelasi sempurna**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis korelasi sederhana antara X dengan Y menghasilkan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0.660 (lihat tabel 3.18) dari tabel tersebut diatas bahwa nilai *sig.* (*2-tailed*) sebesar 0.000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,01$  artinya berkorelasi dan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0.660 **korelasi kuat** yang menjelaskan terdapat hubungan antara *vlog daily life* Artis di Youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

## **D. HASIL ANALISIS DATA**

### **1. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas data digunakan untuk mengukur atau menguji hasil distribusi normal atau tidak.

**Dasar pengambilan keputusan menggunakan tabel pembanding Kolmogorov- Smirnov:**

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0.01$ , maka nilai residual **berdistribusi normal**
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0.01$ , maka nilai residual **tidak berdistribusi**

Dari hasil pengujian data ditribusi normal pada Hubungan Tayangangan *Vlog Daily Life Artis* di Youtube (variabel X) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang (vaiabel Y) dapat dilihat dari tabel Kolmogorov- Smirnov dibawah ini:

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Predicted Value
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	18.8800000
	Std. Deviation	4.45720089
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.085
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.048 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### Tabel 3. 29 Hasil Analisis Normalitas

*Sumber:* pengolahan data SPSS 25.0

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari distribusi kuisioner kepada 100 responden yang dikelola menggunakan aplikasi *software MS Excel* dan SPSS 25.0, dengan nilai signifikan  $0,048 > 0,01$  maka dinyatakan hasil yang normal dari instrumen penelitian berdistribusi normal.

## 2. Uji Linearitas Data

Uji linearitas digunakan sebagai pra-syarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Uji linearitas menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,01. Dua variabel dikatakan mempunyai pengaruh yang linear bila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,01.

### Dasar pengambilan keputusan

- Jika nilai sig. *Deviation from line arity* > **0.01**, maka **terdapat hubungan yang linear** antara variabel bebas dan variabel terikat
- Jika nilai sig. *Deviation from linearity* < **0.01**, maka **tidak terdapat hubungan yang linear** antara variabel bebas dan variabel terikat.

Adapun tabel yang dimaksud adalah sebagai berikut:

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
xtotal * ytotal	Between Groups	(Combined)	1979.128	24	82.464	4.156	.000
		Linearity	1511.830	1	1511.830	76.200	.000
		Deviation from Linearity	467.298	23	20.317	1.024	.448
	Within Groups		1488.032	75	19.840		
	Total		3467.160	99			

**Tabel 3.30 Uji Linearitas**  
*Sumber:* Pengolahan Data SPSS 25.0

Berdasarkan hasil uji linearitas yang dilakukan pada tabel diatas hasil *Deviation from Linearity* sebesar  $0,448 > 0,01$  maka disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara tayangan *vlog daily life* artis di

Youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

### 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji hubungan satu variabel bebas atau variabel independent terhadap variabel terikat atau dependent. Pada analisis regresi sederhana ada beberapa asumsi dan persyaratan yang perlu diperiksa dan diuji, beberapa diantaranya adalah:

- a. Valid dan Reliabel
- b. Normal dan Linear

#### Dasar pengambilan keputusan:

1. Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0.01
  - Jika nilai signifikansi  $< 0.01$ , artinya **variabel X berhubungan terhadap variabel Y.**
  - Jika nilai signifikansi  $> 0.01$ , artinya **variabel X tidak berhubungan terhadap variabel Y.**
2. Membandingkan dengan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ 
  - Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya **Variabel X berhubungan terhadap variabel Y.**
  - Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  artinya **Variabel X tidak berhubungan terhadap variabel Y.**

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n - k - 1)$$

$$= (0.01/2 ; 100 - 1 - 1)$$

$$= (0.005 ; 98)$$

$$= 5,1020$$

Adapun hasilnya sebagai berikut:

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 <sup>a</sup>	.436	.430	5.09478

a. Predictors: (Constant), xtotal

**Tabel 3.31 Analisis Regresi Linier Sederhana**

*Sumber:* pengolahan data SPSS 25.0

Berdasarkan hasil uji analisis linear sederhana ringkasan model tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien (*R Square*) sebesar 0,436 yang menyatakan bahwa hubungan variabel bebas (*vlog daily life* artis di Youtube) terhadap variabel terikat (gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang) sebesar 43,6%.

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
xtotal * ytotal	Between Groups	(Combined)	1979.128	24	82.464	4.156	.000
		Linearity	1511.830	1	1511.830	76.200	.000
		Deviation from Linearity	467.298	23	20.317	1.024	.448
Within Groups			1488.032	75	19.840		
Total			3467.160	99			

**Tabel 3.32 Analisis Regresi Sederhana**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS 25.0

Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana ANOVA pada tabel 3.8 menunjukkan nilai *F* hitung sebesar 76.200 dengan nilai

signifikan  $0,000 < 0,01$  yang menjelaskan bahwa variabel bebas (*vlog daily life* Artis di Youtube) terhadap variabel terikat (gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang) mempunyai hubungan.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.216	2.204		.098	.922
	xtotal	.753	.087	.660	8.705	.000

a. Dependent Variable: ytotal

**Tabel 3. 33 Analisis Regresi Linear Sederhana**

*Sumber:* Pengolahan Data SPSS 25.0

Berdasarkan uji analisis linear regresi sederhana *coefficients* pada tabel 3.33 menunjukkan nilai *constant* (a) sebesar 216, sedangkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,753. Maka persamaan nilainya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 216 + 753X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Konstanta sebesar 216 mengandung arti bahwa nilai koefisien variabel X adalah sebesar 216
- Koefisien regresi X sebesar 0, 753 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai X, maka nilai Y bertambah sebesar

0,753. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Maka ditarik kesimpulanya:

- a. Berdasarkan nilai signifikan, sebesar  $0,000 > 0,01$ . Maka variabel bebas (*vlog daily life* Artis di Youtube) berhubungan terhadap variabel terikat (gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang).
- b. Berdasarkan nilai  $t$ ,  $t_{hitung}$  sebesar  $8.705 > \text{nilai } t_{tabel} 5.102$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (*vlog daily life* Artis di Youtube) terdapat hubungan terhadap variabel terikat (gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang).

#### 4. Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis peneliti menggunakan uji t dan uji f untuk melihat ada tidaknya hubungan yang ditimbulkan dari variabel X terhadap variabel Y.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1966.797	1	1966.797	75.772	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2543.763	98	25.957		
	Total	4510.560	99			

a. Dependent Variable: ytotal

b. Predictors: (Constant), xtotal

**Tabel 3.34 Analysis Of Variance**  
*Sumber:* Pengolahan Data SPSS 25.0

1. Menentukan tabel pada taraf signifikan 10%
  - a. Jika angka signifikansi penelitian  $< 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - b. Jika angka signifikansi penelitian  $> 0,1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan jika nilai signifikansi  $0,000 < 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada hubungan linier (searah) antara variabel X dan variable Y.

2. Pengujian hipotesis uji t dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Hipotesis diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$

$H_a$  = terdapat hubungan antara *vlog daily life* Artis di Youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

b. Hipotesis ditolak apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$

$H_0$  = tidak terdapat hubungan antara *vlog daily life* Artis di Youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan rumus:

$$\begin{aligned}t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0,660\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-(0,660)^2}} \\ &= \frac{6,533}{0,751} \\ &= 8,699 \text{ } t_{hitung}\end{aligned}$$

Selanjutnya mencari  $t_{tabel}$  dengan taraf 10%. DK (Derajat

Kebebasan)

$$DK = n - 2$$

$$= 100 - 2$$

$$= 98$$

Pada tabel distribusi nilai  $t_{\text{tabel}}$  dengan derajat kebebasan pada taraf signifikansi 10% yaitu sebesar **5,102**. Untuk pengujian hipotesis tahap selanjutnya adalah membandingkan  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $t_{\text{hitung}}$ . Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh  $t_{\text{hitung}}$  sebesar **8,699** sedangkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  adalah **5,102**, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau **8,699 > 5,102**, penjabaran tersebut menyatakan bahwa  **$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima**. Artinya terdapat hubungan antara tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

3. Pengujian hipotesis f dengan ketentuan sebagai berikut:

Untuk derajat kesalahan 10% atau 0,1 dan derajat keabsahan atau DK pembilang = 2 dan DK penyebut =  $n - 2$  ( $100 - 2 = 98$ ), maka diperoleh  $f_{\text{tabel}}$  sebesar 3,94 (nilai sig.  $F_{\text{tabel}}$ ). Berdasarkan uji ANOVA atau yang tertera pada tabel diatas didapat  $f_{\text{hitung}}$  75,772. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa  $f_{\text{hitung}}$  (75,772) >  $f_{\text{tabel}}$  (3,94), maka dinyatakan bahwa  **$H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak** atau dapat dinyatakan bahwa terdapat terdapat hubungan dari tayangan *vlog daily life* Artis di youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  **diterima**. Artinya variabel tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube (X) berhubungan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang (Y).

Berdasarkan nilai  $f$  diperoleh  $f_{\text{tabel}}$  sebesar 4,01 dan  $f_{\text{hitung}}$  26,423. Maka dinyatakan bahwa  $H_a$  **diterima** dan  $H_0$  ditolak artinya terdapat hubungan tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube (X) berhubungan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang (Y).

#### E. KONFIRMASI HASIL RISET YANG RELEVAN

Hasil penelitian menunjukkan  $t_{\text{hitung}}$  sebesar **8,699** sedangkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  adalah **5, 102**, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau **8,699 > 5,102**, penjabaran tersebut menyatakan bahwa  **$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima**. Artinya terdapat hubungan antara tayangan *vlog daily life* Artis di Youtube terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

Hasil penelitian ini juga didukung dari penelitian Adinda Putri mengenai “**Pengaruh Intensitas Mengakses Youtube Channel Gita Savitri Devi dalam Segmen Beropini Terhadap Perilaku *Modelling Followers Remaja***” dapat menuai kesimpulan: Pertama, berdasarkan hasil korelasi, menyatakan  $H_0$  ditolak, yaitu ada hubungan antar pengaruh Intensitas Mengakses Youtube Channel Gita Savitri Devi dalam Segmen Beropini Terhadap Perilaku *Modelling Followers* Remaja. Kedua, hasil regresi linear sederhana, menyatakan hubungan antara variabel X dan Y sebesar 0,511 yang berarti cukup, karena berada pada rentang 0,40 - 0,599. Ketiga, menyatakan kontribusi atau sumbangan yang diberikan variabel X

(pengaruh intensitas mengakses) terhadap variabel Y (perilaku *modelling*) sebesar 26,1 %<sup>1</sup>.

Fatih Nur Azizah, dan Endang Sri Indriwati. “**Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro**” dengan menggunakan teori gaya hidup hedonis, skala psikologi. Semakin tinggi control diri mahasiswa maka semakin rendah gaya hidup hedonismenya, dan sebaliknya semakin rendah control dirinya maka semakin tinggi gaya hidup hedonis yang dimiliki subjek penelitian. Sumbangan efektif terhadap gaya hidup hedonis sebesar 23%. Hasil tersebut mengidentifikasi bahwa terdapat faktor-faktor lain sebesar 77% yang ikut mempengaruhi gaya hidup hedonis yang tidak diungkap dalam penelitian ini<sup>2</sup>.

Penggunaan teori SOR oleh Houland menegaskan bahwa pengaruh tayangan video di Youtube sangat kentara dalam mengubah sikap dan perilaku penontonya. Dimana indikator visualisasi, konten, kreativitas, dan intensitas publikasi *vlog* sebagai *stimulus* dan *organism* (S dan O). Membeli produk lebih dari satu dengan fungsi yang sama, membeli karena kemasan menarik, menjaga penampilan diri dan gengsi, dan mengutamakan gaya dari pada kebutuhan sebagai indikator gaya hidup konsumtif atau *respons* (R).

---

<sup>1</sup> Adiinda Putri, Skripsi, *Intensitas Mengakses Youtube Channel Gita Savitri Devi dalam Segmen Beropini Terhadap Perilaku Modelling Followers Remaja*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2018.

<sup>2</sup> Fatiah Nur Azizah, dan Endang Sri Indriwati, Skripsi, *Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Ponogoro. 2017.

Telah mengantarkan proses pengiringan sikap dan perilaku dari *stimulus*,  
*organism*, dan *respons*.