

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang akan dibahas pada bab ini meliputi data masing-masing variabel dan uji analisis data sebagai penentu ada tidaknya pengaruh antara konten *beauty and grooming* (X) terhadap perilaku imitasi (Y).

1. Data pengaruh konten *beauty and grooming*

Data pengaruh konten *beauty and grooming* merupakan hasil dari pengumpulan data dengan instrumen angket menggunakan *skala likert* berisi pertanyaan-pertanyaan terkait konten *beauty and grooming* dan diisi oleh 53 mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Parepare.

a) Data pengaruh konten *beauty and grooming* keseluruhan

Data pengaruh konten *beauty and grooming* keseluruhan mendeskripsikan tentang hasil pengumpulan data terkait pengaruh konten *beauty and grooming*.

Tabel 4.1 Data Frekuensi Keseluruhan Variabel X

Interval	Kategori	F	Persentase
33-45	Tinggi	8	13%
24-32	Sedang	38	72%
0-23	Rendah	7	13%
Jumlah		53	100%

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel

Tabel diatas menunjukkan sebanyak 8 responden termasuk dalam kategori tinggi, 38 responden termasuk dalam kategori sedang dan 7 lainnya dikategorikan rendah.

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel X

No	Keterangan	Nilai	Kategori
1	Mean	28,45	Sedang
2	Median	29,00	Sedang
3	Modus	29	Sedang
4	Nilai Minimum	16	Rendah
5	Nilai Maximum	37	Tinggi

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel

Tabel diatas menunjukkan Mean (M) atau nilai rata-rata sebesar 28,45 dan dikategorikan sedang, median (Me) atau nilai tengah dari data sebesar 29,00 dan berada dalam kategori sedang, modus (mode) atau nilai yang sering muncul adalah 29 yang termasuk kategori sedang, nilai minimum atau nilai terendah adalah 16 dan termasuk kategori rendah dan nilai maksimum sebesar 37 yang termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa realitas pengaruh konten *beauty and grooming* di kalangan mahasiswi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Parepare.

b) Data Pengaruh konten *beauty and grooming* per item

Tabel 4.3 item 1 Saya menonton konten beauty and grooming

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	2	3.8%
Setuju	42	79.2%
Kurang Setuju	7	13.2%
Tidak Setuju	2	3.8%
Jumlah	53	100%

Sumber : Frekuensi X item 1

Berdasarkan tabel tanggapan mahasiswi “saya menonton konten beauty and grooming”, 2 (3.8%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 42 (79.2%) mahasiswi menjawab setuju, 7 (13.2%) mahasiswi yang menjawab kurang setuju dan 2 (3.8%) menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 44 atau 83% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 9 atau 17% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.4 item 2 Saya tertarik dengan konten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	5	9.4%
Setuju	33	62.3%
Kurang Setuju	12	22.6%
Tidak Setuju	3	5.7%
Jumlah	53	100%

Sumber : Frekuensi X item 2

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya tertarik dengan konten *beauty and grooming*”, 5 (9.4%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 33 (62.3%) mahasiswi menjawab setuju, 12 (22.6%) mahasiswi yang menjawab kurang setuju dan 3 (5.7%) menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 38 atau 71.7% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 15 atau 28.3% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.5 item 3 Saya terhibur dengan konten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	5	9.4%
Setuju	35	66.0%
Kurang Setuju	9	17.0%
Tidak Setuju	4	7.5%
Jumlah	53	100%

Sumber : Frekuensi X item 3

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya terhibur dengan konten *beauty and grooming*”, 5 (9.4%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 35 (66.0%) mahasiswi menjawab setuju, 9 (17.0%) mahasiswi yang menjawab kurang setuju dan 4 (7.5%) menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 40 atau 75.4% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 13 atau 24.5% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.6 item 4 Saya senang menonton konten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	2	3.8%
Setuju	34	64.2%
Kurang Setuju	14	26.4%
Tidak Setuju	3	5.7%
Jumlah	53	100%

Sumber : Frekuensi X item 4

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya senang menonton konten *beauty and grooming*”, 2 (3.8%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 34

(64.2%) mahasiswi menjawab setuju, 14 (22.6%) mahasiwi yang menjawab kurang setuju dan 3 (5.7%) menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 36 atau 68% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 17 atau 32.1% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.7 item 5 Saya penasaran dengan setiap isi konten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	4	7.5%
Setuju	23	43.4%
Kurang Setuju	19	35.8%
Tidak Setuju	7	13.2%
Jumlah	53	100%

Sumber : Frekuensi X item 5

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya penasaran dengan setiap isi konten *beauty and grooming*”, 4 (7.5%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 23 (43.4%) mahasiswi menjawab setuju, 19 (35.8%) mahasiwi yang menjawab kurang setuju dan 7 (13.2%) menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 27 atau 50.9% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 26 atau 49% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.8 item 6 Tutorial *make up* konten *beauty and grooming* memukau

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	10	18.9%
Setuju	28	52.8%
Kurang Setuju	12	22.6%

Tidak Setuju	3	5.7%
Jumlah	53	100%

Sumber : Frekuensi X item 6

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “tutorial *make up* konten *beauty and grooming* memukau”, 10 (18.9%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 28 (52.8%) mahasiswi menjawab setuju, 12 (22.6%) mahasiswi yang menjawab kurang setuju dan 3 (5.7%) menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 38 atau 71.7% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 15 atau 28.3% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.9 item 7 Konten *beauty and grooming* memberikan informasi perawatan wajah

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	10	18.9%
Setuju	36	67.9%
Kurang Setuju	7	13.2%
Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	53	100%

Sumber : Frekuensi X item 7

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “konten *beauty and grooming* memberikan informasi perawatan wajah”, 10 (18.9%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 36 (67.9%) mahasiswi menjawab setuju, 7 (13.2%) mahasiswi yang menjawab kurang setuju dan tidak ada mahasiswi menjawab tidak setuju (0%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 46 atau 86.8% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 7 atau 13.2% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.10 item 8 konten *beauty and grooming* memberikan informasi trik dan tips ber *make up*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	14	26.4%
Setuju	38	71.7%
Kurang Setuju	1	1.9%
Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	53	100%

Sumber : Frekuensi X item 8

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “konten *beauty and grooming* memberikan trik dan tips ber *make up*”, 14 (26.4%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 38 (71.7%) mahasiswi menjawab setuju, 1 (1.9%) mahasiswi yang menjawab kurang setuju dan tidak ada mahasiswi menjawab tidak setuju (0%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 52 atau 98.1% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 1 atau 1.9% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.11 item 9 konten *beauty and grooming* memberikan informasi mengenai produk kecantikan

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	12	22.6%
Setuju	37	69.8%
Kurang Setuju	3	5.7%
Tidak Setuju	1	1.9%

Jumlah	53	100%
--------	----	------

Sumber : Frekuensi X item 9

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “konten *beauty and grooming* memberikan informasi mengenai produk kecantikan”, 12 (22.6%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 37 (69.8%) mahasiswi menjawab setuju, 3 (5.7%) mahasiswi yang menjawab kurang setuju dan 1 (1.9%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 49 atau 92.4% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 4 atau 7.6% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.12 item 10 Informasi yang ada dikonten *beauty and grooming* sangat memuaskan

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	3	5.7%
Setuju	32	60.4%
Kurang Setuju	17	32,1%
Tidak Setuju	1	1.9%
Jumlah	53	100%

Sumber : Frekuensi X item 10

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “informasi yang ada dikonten *beauty and grooming* sangat memuaskan”, 3 (5.7%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 32 (60.4%) mahasiswi menjawab setuju, 17 (32.1%) mahasiswi yang menjawab kurang setuju dan 1 (1.9%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 35 atau 66.1% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 18 atau 34% mahasiswi yang kurang setuju dan tidak setuju.

Data perilaku imitasi merupakan hasil dari pengumpulan data dengan instrumen angket menggunakan *skala likert* berisi pertanyaan terkait perilaku imitasi dan diisi oleh 53 mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Parepare.

2. Data perilaku imitasi keseluruhan

Data perilaku imitasi secara keseluruhan mendeskripsikan tentang hasil pengumpulan data terkait perilaku imitasi

Tabel 4.13 Data Frekuensi Keseluruhan Variabel Y

Interval	Kategori	F	Persentase
34-60	Tinggi	9	17%
18-33	Sedang	38	72%
0-17	Rendah	6	11%
Jumlah		53	100%

Sumber : Data diolah dengan Microsoft Excel

Tabel diatas menunjukkan sebanyak 11 responden yang termasuk dalam kategori tinggi, 50 responden dalam kategori sedang dan 9 lainnya dalam kategori rendah.

Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel Y

No	Keterangan	Nilai	Kategori
1	Mean	26,34	Sedang
2	Median	26,00	Sedang
3	Modus	24	Sedang
4	Nilai Minimum	12	Rendah
5	Nilai Maximum	60	Tinggi

Sumber : Data diolah dengan Microsoft Excel

Tabel diatas menunjukkan Mean (M) atau nilai rata-rata sebesar 26,34 dan dikategorikan sedang, median (Me) atau nilai tengah dari data sebesar 26,00 dan berada dalam kategori sedang, modus (mode) atau nilai yang sering muncul adalah 24 yang termasuk kategori sedang, nilai minimum atau nilai terendah adalah 12 dan

termasuk kategori rendah dan nilai maksimum sebesar 60 yang termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku imitasi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Parepare dalam kategori sedang.

a) Data perilaku imitasi per item

Tabel 4.15 item 1 Saya membeli produk kecantikan seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	1	1.9%
Setuju	15	28.3%
Kurang Setuju	26	49.1%
Tidak Setuju	11	20.8%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 1

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswa “saya membeli produk kecantikan seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, 1 (1.9%) mahasiswa yang menjawab sangat setuju, 15 (28.3%) mahasiswa menjawab setuju, 26 (49.1%) mahasiswa menjawab kurang setuju dan 11 (20.8%) mahasiswa menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 16 atau 30.2% mahasiswa yang sangat setuju dan setuju, serta 37 atau 69.9% mahasiswa kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.16 item 2 Saya menggunakan *make up* seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	1	1.9%
Setuju	13	24.5%
Kurang Setuju	29	54.7%
Tidak Setuju	10	18.9%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 2

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya menggunakan *make up* seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, 1 (1.9%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 13 (24.5%) mahasiswi menjawab setuju, 29 (54.7%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 10 (18.9%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 14 atau 26.4% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 39 atau 73.6% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.17 item 3 Saya mencoba cara ber *make up* dengan baik seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	3	5.7%
Setuju	24	45.3%
Kurang Setuju	19	35.8%
Tidak Setuju	7	13.2%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 3

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya Saya mencoba cara ber *make up* dengan baik seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, 3 (5.7%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 24 (45.3%) mahasiswi menjawab setuju, 19 (35.8%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 7 (13.2%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 27 atau 51.0% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 26 atau 49.0% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.18 item 4 Saya mencoba trik dan tips kecantikan seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	2	3.8%
Setuju	31	58.5%
Kurang Setuju	14	26.4%
Tidak Setuju	6	11.3%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 4

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya mencoba trik dan tips kecantikan seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, 2 (3.8%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 31 (58.5%) mahasiswi menjawab setuju, 14 (26.4%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 6 (11.3%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 33 atau 62.3% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 20 atau 37.7% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.19 item 5 Saya melakukan perawatan wajah seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	2	3.8%
Setuju	20	37.7%
Kurang Setuju	26	49.1%
Tidak Setuju	5	9.4%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 5

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya melakukan perawatan wajah seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, 2 (3.8%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 20 (37.7%) mahasiswi menjawab setuju, 26 (49.1%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 5 (9.4%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 22 atau 41.5% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 31 atau 58.5% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.20 item 6 Saya menggunakan alat-alat *make up* seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	13	24.5%
Kurang Setuju	30	56.6%
Tidak Setuju	10	18.9%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 6

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya menggunakan alat-alat *make up* seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, tidak ada mahasiswi yang menjawab sangat setuju (0%), 13 (24.5%) mahasiswi menjawab setuju, 30 (56.6%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 10 (18.9%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 13 atau 24.5% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 43 atau 75.5% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.21 item 7 Saya mencoba tahap-tahap ber *make up* seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	25	47.2%
Kurang Setuju	22	41.5%
Tidak Setuju	6	11.3%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 7

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya mencoba tahap-tahap ber *make up* seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, tidak ada mahasiswi yang menjawab sangat setuju (0%), 25 (47.2%) mahasiswi menjawab setuju, 22 (41.5%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 6 (11.3%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 25 atau 47.2% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 28 atau 52.8% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.22 item 8 Saya menggunakan *make up* kapanpun seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	11	20.8%
Kurang Setuju	28	52.8%
Tidak Setuju	14	26.4%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 8

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya menggunakan *make up* kapanpun seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, tidak ada mahasiswi yang menjawab sangat setuju (0%), 11 (20.8%) mahasiswi menjawab setuju, 28 (52.8%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 14 (26.4%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 11 atau 20.8% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 42 atau 79.2% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.23 item 9 Saya memakai produk kecantikan bermerek seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	9	17.0%
Kurang Setuju	26	49.1%
Tidak Setuju	18	34.0%
Jumlah	53	100%

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya memakai produk kecantikan bermerek seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, tidak ada mahasiswi yang menjawab sangat setuju (0%), 9 (17.0%) mahasiswi menjawab setuju, 26 (49.1%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 18 (34.0%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 9 atau 17.0% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 44 atau 83.1% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.24 item 10 Saya memakai produk kecantikan yang mahal seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	6	11.3%
Kurang Setuju	25	47.2%
Tidak Setuju	22	41.5%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 10

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya memakai produk kecantikan yang mahal seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, tidak ada mahasiswi yang menjawab sangat setuju (0%), 6 (11.3%) mahasiswi menjawab setuju, 25 (47.2%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 22 (41.5%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 6 atau 11.3% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 47 atau 88.7% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.25 item 11 Saya menggunakan alat *make up* dengan lengkap seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	8	15.1%
Kurang Setuju	24	45.3%
Tidak Setuju	21	39.6%
Jumlah	53	100%

Sumber: Frekuensi Y item 11

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswi “saya menggunakan alat *make up* dengan lengkap seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, tidak ada mahasiswi yang menjawab sangat setuju (0%), 8 (15.1%) mahasiswi menjawab setuju, 24 (45.3%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 21 (39.6%) mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 8 atau 15.1% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 45 atau 84.9% mahasiswi kurang setuju dan tidak setuju.

Tabel 4.26 item 12 Saya belajar menggunakan *make up* seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Sangat Setuju	8	15.1%
Setuju	23	43.4%
Kurang Setuju	14	26.4%
Tidak Setuju	8	15.1%

Jumlah	53	100%
--------	----	------

Berdasarkan tabel diatas, tanggapan mahasiswi “saya belajar menggunakan *make up* seperti yang ada dikonten *beauty and grooming*”, 8 (15.1%) mahasiswi yang menjawab sangat setuju, 23 (43.4%) mahasiswi menjawab setuju, 14 (26.4%) mahasiswi menjawab kurang setuju dan 8 (15.1%)mahasiswi menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebanyak 31 atau 58.5% mahasiswi yang sangat setuju dan setuju, serta 22 atau 41.5%mahasiswikurang setuju dantidak setuju.

B. Pengujian Hipotesis Analisis Statistik

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Korelasi *product moment* dicari untuk untuk menguji hipotesis dengan melihat seberapa besar hubungan pengaruh tayangan konten *youtube beauty and grooming* (Variabel X) terhadap perilaku imitasi dalam mempercantik diri mahasiswi (Variabel Y) dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS versi 22. Adapun hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik sebagai berikut :

$$H_a : r_{yx} \neq 0$$

$$H_0 : r_{yx} = 0$$

Hipotesis Bentuk Kalimat :

Ha: Terdapat Pengaruh Konten Terhadap Perilaku imitasi dalam mempercantik diri Mahasiswi

Ho: Tidak Terdapat Pengaruh Konten Terhadap Perilaku imitasi dalam mempercantik diri mahasiwi Mahasiswi

1. Uji Korelasi Product Moment

Tabel 4.27 Hasil Uji Pearson Product Moment

Correlations			
		Konten Youtube	Perilaku Imitas
Konten Youtube	Pearson Correlation	1	,567**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	53	53
Perilaku Imitas	Pearson Correlation	,567**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	53	53

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

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan jika r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} , maka H_a diterima H_0 ditolak. Tetapi sebaliknya, apabila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka H_0 diterima H_a ditolak, hasil diatas, diperoleh $r_{hitung} 0,567 \geq r_{tabel} 0,228$ pada taraf signifikan 10%, sehingga dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil yang ditemukan terdapat korelasi positif yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konten youtube terhadap perilaku imitasi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. Nilai koefisien korelasi ini selanjutnya dikonsultasikan dengan tabel interpretasi koefisien sebagai berikut :

Tabel 4.28 Interpretasi Koefisien Korelasi

Korelasi	r_{hitung}	Nilai Interpretasi	Keterangan
X Terhadap Y	0,567	0,40 – 0,599	Sedang

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} berada diantara 0,40 – 0,599, sehingga koefisien korelasi yang dihasilkan termasuk dalam kategori sedang dengan nilai positif.

2. Uji Regresi Sederhana

Regresi linear sederhana dilakukan berdasarkan pada data yang diperoleh dalam penelitian ini dan bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Adapun persamaan regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

a = konstanta regresi

bX = nilai turunan regresi

Tabel 4.29 Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.316	4.184		-510	.612
	X	.981	.145	.687	6.754	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Imitasi			
---	--	--	--

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Output uji regresi linear sederhana diatas menghasilkan nilai konstanta regresi (a) sebesar 2,316 yang menunjukkan bahwa jika konten *beauty and grooming* (variabel X) bernilai nol maka akan meningkatkan perilaku imitasi (variabel Y) sebesar 2,136. Sementara itu, koefisien regresi X sebesar 0,981 sehingga dinyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai variabel X, maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,981. Oleh karena itu, persamaan regresinya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 2,136 + 0,981X$$

3. Uji Determinasi (*R square*)

Uji determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel konten *beauty and grooming* mampu mempengaruhi perilaku imitasi mahasiswi.

Tabel 4.30 Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	.472	.462	4.780
a. Predictors: (Constant), <i>Konten Beauty and Grooming</i>				
b. Dependent Variable: Perilaku Imitasi				

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Tabel output diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,687 (68%) yang artinya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat

kuat dan koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,472 atau dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (konten *beauty and grooming*) terhadap variabel terikat (perilaku imitasi) sebesar 47%

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dideskripsikan sebelumnya tentang “Pengaruh Tayangan Konten *Youtube Beauty and Grooming* Terhadap Perilaku Imitasi dalam Mempercantik Diri Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah” dari penelitian yang telah didapatkan dari kuesioner yang telah distribusikan kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Sebanyak 53 responden. Dalam pembahasan ini peneliti akan mengaitkannya menggunakan teori yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu teori Pembelajaran Sosial dan teori kultivasi.

Pada penelitian yang telah dilaksanakan ini mengacu pada 53 responden, yang diukur dari kuesioner yang telah diisi oleh mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan teknik dan instrument pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan uji *korelasi product moment*, sebelum melakukan pengujian tersebut peneliti melakukan pemeriksaan data penelitian untuk mengetahui adanya kesalahan atau kekurangan kelengkapan data yang diisi oleh responden penelitian.

Hasil penelitian pengaruh tayangan konten *youtube* dengan jumlah 10 butir pernyataan yang disebarkan kepada 53 responden penelitian, dari data tersebut diperoleh nilai rata-rata pada variabel X yaitu 28,45 dari rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pengaruh tayangan konten *youtube* **Sedang** dengan

interval skor 24 – 32 dengan frekuensi sebanyak 38 mahasiswi dari responden penelitian 53 mahasiswi.

Berdasarkan Hasil penelitian perilaku imitasi Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan jumlah 12 butir pernyataan yang disebarakan kepada 53 responden penelitian, dari data tersebut diperoleh nilai rata-rata pada variabel Y yaitu 26,34 dari rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku imitasi mahasiswi Sedang dengan interval skor 18 – 33 dengan frekuensi sebanyak 38 mahasiswi dari responden penelitian 53 mahasiswi.

Penelitian yang dikhususkan pada mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam dikarenakan mahasiswi yang tergolong sebagai kalangan anak muda yang umumnya mempunyai akses lebih terhadap media dan generasi yang dengan mudahnya memanfaatkan teknologi dan mempelajari mengenai komunikasi bermedia yang adalah bentuk komunikasi dalam konten tersebut oleh sebab itu mahasiswi KPI diasumsikan mengetahui media dan efeknya.

Berdasarkan hasil uji statistik dengan menggunakan uji Validitas dengan menggunakan perhitungan SPSS versi 22 maka hasilnya dapat dijelaskan bahwa semua pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden sebanyak 22 butir pertanyaan, dari tayangan

Konten *youtube beauty and grooming* (Variabel X) dan perilaku imitasi mahasiswi (Variabel Y) diinyatakan valid , dengan nilai R tabel (0,228) dengan taraf signifikan 10%. Dan nilai realibitas yang didapatkan dari penelitian ini untuk variabel X (0,881) dan Y (0,925) diinyatakan reliabel dari nilai *Cronbach alpha* > 0,60.

Dari hasil uji normalitas menyatakan bahwa data kedua variabel tersebut diinyatakan terdistribusi normal dengan nilai signifikan (0,071) > (0,1). Sedangkan

berdasarkan hasil perhitungan pada nilai interpretasi koefisien korelasi yaitu sebesar (0,567) dengan jumlah responden 53 orang maka sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi maka termasuk dalam angka interval 0,40 – 0,599 yang artinya korelasi antara variabel X dan Y dalam kategori hubungan yang Sedang.

Untuk menjawab hipotesis penelitian Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji diatas menunjukkan t_{hitung} variabel X adalah 6,754. Jika derajat bebas (df) = $N-2 = 53-2 = 51$, maka t_{tabel} sebesar 0,228. Sehingga, dapat disimpulkan $6,754 > 0,228$ dan dapat diketahui bahwa tayangan konten *youtube beauty and grooming* berpengaruh terhadap perilaku imitasi. Berdasarkan kriteria diatas, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan dinyatakan bahwa tayangan konten *youtube beauty and grooming* berpengaruh signifikan terhadap perilaku imitasi mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas ushuluddin, adab, dan dakwah.

Apabila hasil ini dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam peneltian yaitu teori pembelajaran sosial dan teori kultivasi. Neal Miller dan John Dollard berpendapat bahwa pembelajaran sosial dengan cara meniru terjadi ketika pengamat memotivasi untuk belajar, berbagai petunjuk atau elemen perilaku yang dipelajari, pengamat menampilkan perilaku yang diberikan, dan pengamat secara positif diteguhkan untuk meniru atau melakukan imitasi. Sedangkan teori kultivasi merupakan terpaan media secara simultan yang akan memberikan gambaran dan pengaruh pada presepsi seseorang, teori kultivasi dalam bentuknya yang paling mendasar, percaya bahwa tontonan media baik itu televisi maupun *youtube* bertanggung jawab dalam membentuk, atau mendoktrin konsepsi pemirsanya mengenai realitas sosial yang ada disekelilingnya.

Tontonan media massa memainkan peran sangat penting dalam teori pembelajaran sosial dimana *audiens* mendapat kekuatan berlipat ganda dari apa yang mereka lihat yang mengirimkan cara-cara berpikir dan berperilaku bagi banyak orang dan media massa dalam teori kultivasi suatu kekuatan yang secara dominan dapat mempengaruhi masyarakat yang berasal dari kemampuan tontonan media massa baik itu televisi maupun *youtube* melalui berbagai simbol untuk memberikan berbagai gambaran yang terlihat nyata dan penting seperti kehidupan sehari-hari.

Penjelasan tersebut apa yang disuguhkan oleh media massa terutama konten *beauty and grooming* dinilai oleh para penonton sebagai tontonan yang dapat dipercaya mengenai hal-hal yang dibicarakannya baik sekedar pendapat atau ulasan mengenai sebuah produk. Jadi media sejatinya telah mempengaruhi pemaknaan perempuan cantik itu seperti apa, dengan menggambarkan kriteria cantik berupa wajah yang berkulit putih, bersih, bercahaya dan mulus.

Setiap media memang mampu untuk menghubungkan pikiran individu dengan individu lainnya, bahkan juga mengubah pikiran hingga perilaku individu, jadi bisa saja pesan yang disampaikan dalam suatu proses komunikasi, memang dirancang untuk menimbulkan efek tertentu pada penerimanya, tapi tidak menutup kemungkinan juga untuk timbul efek yang muncul dengan sendirinya. Hal-hal seperti itulah yang di dalam komunikasi yang mampu menunjukkan adanya efek dari media terhadap seseorang maupun kelompok. Salah satunya contoh efek dari media adalah perilaku imitasi, sebuah perilaku yang berawal dari proses mengamati akhirnya meniru. Pihak yang melakukan imitasi akan meniru sama persis tindakan yang dilakukan oleh pihak yang diimitasi, tanpa fikir panjang tentang tujuan peniruannya. Adapun perilaku yang diimitasi menurut Soekanto dapat berwujud penampilan, sikap,

tingkah laku, gaya hidup, pihak yang ditiru. Namun, imitasi tidak terjadi secara langsung melainkan perlu adanya sikap menerima, dan adanya sikap mengagumi terhadap apa yang diimitasi itu. Melalui imitasi, seseorang belajar nilai dan norma di masyarakat atau sebaliknya ia belajar suatu perbuatan yang menyimpang dari nilai dan norma yang berlaku.

