

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Nadya Shavira pemilik akun TikTok dengan *username* @ndshvv merupakan seorang selebriti TikTok yang cukup menarik perhatian pengguna media sosial dengan konten yang dibuatnya. Nadya selalu menampilkan gaya yang sangat ekspresif dan enerjik dalam setiap kontennya, sehingga menjadikannya menonjol di antara pengguna TikTok lainnya. Nadya telah membangun reputasi sebagai seorang entertainer yang berbakat. Ia sering kali menciptakan konten yang kreatif dan menghibur untuk menarik perhatian para penontonnya. Nadya juga sering berinteraksi dengan penggemarnya melalui komentar dan dukungan yang diberikan, menciptakan ikatan yang kuat antara dirinya dan pengikutnya. Melalui konten-konten kreatif dan menghibur di TikTok, Nadya menggunakan media sosial TikTok miliknya untuk membagikan kegiatannya ke dalam segmen “*a day in my life*” yang berisikan tentang kesehariannya sebagai pemilik bisnis kecantikan dan juga sebagai ibu yang baru melahirkan.

Nadya memiliki konten yang khas dimana ia sering membuat konten berbagi rezeki pada orang yang ia temui dalam kegiatannya sehari-hari. Konten inilah yang menjadi daya tarik tersendiri dalam sosial media TikTok Nadya. Nadya mampu membangun hubungan yang kuat dengan *viewers*-nya melalui konten yang mengedukasi, menginspirasi, dan menghibur sehingga mendapatkan interaksi yang positif dari penggemarnya.

4.2 Hasil Penelitian

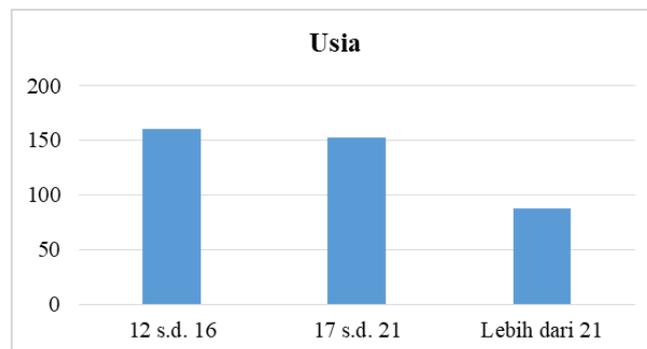
Penelitian ini menyajikan item pernyataan dalam bentuk kuesioner dengan memberikan beberapa pernyataan yang disebarakan kepada 400 responden. Responden yang dipilih merupakan responden yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Setiap pernyataan yang diajukan pada kuesioner telah dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Kuesioner disebarakan dalam bentuk link *google form*

melalui *Direct Message* (DM) pengikut akun TikTok @ndshvv ataupun Instagram @ndshvv. Hasil analisis data penelitian akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar serta deskripsi dari setiap instrumen.

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang ditetapkan pada penelitian ini dibagi atas dua kategori, yaitu berdasarkan usia dan jenis kelamin. Responden yang dipilih merupakan pengguna *platform* TikTok yang mengikuti akun @ndshvv dalam satu bulan terakhir. Laporan demografi usia pengguna TikTok di awal tahun 2023 dilansir dari Oberlo.com sebanyak 71% berusia produktif yaitu 18 – 34 tahun. Sementara sejak tahun 2021 TikTok menambahkan aturan baru terkait pengaturan privasi dan keamanan remaja dimana TikTok dapat digunakan dari umur 13 – 15 tahun dengan syarat tertentu. Rasio usia responden ditetapkan dengan mempertimbangkan perbedaan satu atau lebih tingkat usia pengguna untuk mendapatkan hasil yang lebih menjangkau dari segala usia. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 400 responden dengan data responden dapat dilihat pada tabel berikut

Grafik 4.2.1 Usia Responden



Sumber : Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, usia responden dengan jumlah tertinggi berada pada rentang usia 12 – 16 tahun dengan persentase 40% dengan total 160 responden dan diikuti dengan responden pada usia 17 – 21 tahun dengan persentase 38% dengan total 152 responden. Responden pada usia lebih dari 21 tahun didapatkan lebih sedikit dengan persentase 22% dengan total 88 responden. Sehingga dapat diambil

kesimpulan bahwa *followers* pada akun TikTok @ndshvv umumnya memiliki usia pada rentang 12-16 tahun dan diikuti dengan rentang usia 17 – 21 tahun.

Grafik 4.2.2 Jenis Kelamin Responden



Sumber : Diolah Peneliti, 2023

Grafik 4.2.2 menampilkan hasil data responden berdasarkan jenis kelaminnya. Data yang dihasilkan didapatkan bahwa responden ataupun *followers* dari akun TikTok @ndshvv mayoritas perempuan dengan persentase 69% dengan total 276 responden, sementara Responden laki-laki didapatkan dengan persentase 31% dengan total 124 responden.

4.2.2 Data Analisis Variabel X₁ (Kualitas Informasi)

Data dalam variabel X₁ berisikan pernyataan yang telah dinyatakan valid dan reliabel. Variabel X₁ pada penelitian ini adalah kualitas informasi diukur dengan tiga dimensi yaitu akurat, tepat waktu, kelengkapan, dan kesesuaian. Berikut merupakan jabaran hasil jawaban responden terhadap pernyataan pada variabel X₁ (kualitas informasi) yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan *google form* dan diolah dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2.1 Pernyataan Variabel X1.1

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 27 | 7% |
| Tidak Setuju | 2 | 85 | 21% |
| Netral | 3 | 133 | 33% |
| Setuju | 4 | 137 | 34% |
| Sangat Setuju | 5 | 18 | 5% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{1.1} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 18 responden (5%) memilih opsi Sangat Setuju, 137 responden (34%) memilih opsi Setuju, 133 responden (33%) memilih opsi Netral, 85 responden (21%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 27 responden (7%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan akun TikTok @ndshvv menyajikan konten yang akurat, lengkap, tepat dan tidak ambigu.

Tabel 4.2.2 Pernyataan Variabel X1.2

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 11 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 61 | 15% |
| Netral | 3 | 123 | 31% |
| Setuju | 4 | 152 | 38% |
| Sangat Setuju | 5 | 53 | 13% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{1.2} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 53 responden (13%) memilih opsi Sangat Setuju, 152 responden (38%) memilih opsi Setuju, 123 responden (31%) memilih opsi Netral, 61 responden (15%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 11 responden (3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan penyajian atau format konten yang dihasilkan oleh akun TikTok @ndshvv tidak sulit dimengerti ketika ditonton.

Tabel 4.2.3 Pernyataan Variabel X1.3

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 13 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 61 | 15% |
| Netral | 3 | 117 | 29% |
| Setuju | 4 | 169 | 42% |
| Sangat Setuju | 5 | 40 | 10% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{1.3} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 40 responden (10%) memilih opsi Sangat Setuju, 169 responden (42%) memilih opsi Setuju, 117 responden (29%) memilih opsi Netral, 61 responden (15%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 13 responden (3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten yang dihasilkan akun TikTok @ndshvv memiliki semua informasi yang dibutuhkan ketika dicari.

Tabel 4.2.4 Pernyataan Variabel X_{1.4}

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 9 | 2% |
| Tidak Setuju | 2 | 52 | 13% |
| Netral | 3 | 109 | 27% |
| Setuju | 4 | 163 | 41% |
| Sangat Setuju | 5 | 67 | 17% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{1.4} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 67 responden (17%) memilih opsi Sangat Setuju, 163 responden (41%) memilih opsi Setuju, 109 responden (27%) memilih opsi Netral, 52 responden (13%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 9 responden (2%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan ketika mencari konten dari akun TikTok @ndshvv menemukan kepuasan atas konten yang berkualitas.

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{1.5} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 47 responden (12%) memilih opsi Sangat Setuju, 162 responden (41%) memilih opsi Setuju, 126 responden (32%) memilih opsi Netral, 51 responden (13%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 14 responden (4%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan

kesimpulan bahwa responden Setuju dengan pernyataan konten yang dihasilkan akun TikTok @ndshvv sesuai dengan konteks atau topik yang diharapkan.

Tabel 4.2.5 Pernyataan Variabel X1.5

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 14 | 4% |
| Tidak Setuju | 2 | 51 | 13% |
| Netral | 3 | 126 | 32% |
| Setuju | 4 | 162 | 41% |
| Sangat Setuju | 5 | 47 | 12% |
| Total | | 400 | 100% |

4.2.3 Data Analisis Variabel X₂ (Daya tarik)

Variabel X₂ pada penelitian ini adalah daya tarik diukur dengan sembilan dimensi. Berikut merupakan jabaran hasil jawaban responden terhadap pernyataan pada variabel X₂ (daya tarik) dalam bentuk tabel:

Tabel 4.2.6 Pernyataan Variabel X2.1

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 12 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 44 | 11% |
| Netral | 3 | 136 | 34% |
| Setuju | 4 | 156 | 39% |
| Sangat Setuju | 5 | 52 | 13% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.1} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 52 responden (13%) memilih opsi Sangat Setuju, 156 responden (39%) memilih opsi Setuju, 136 responden (34%) memilih opsi Netral, 44 responden (11%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 12 responden (3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv sesuai dengan preferensi dan harapan pengguna sehingga meningkatkan daya tarik terhadap akunnya.

Tabel 4.2.7. Pernyataan Variabel X2.2

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 13 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 53 | 13% |
| Netral | 3 | 131 | 33% |
| Setuju | 4 | 146 | 37% |
| Sangat Setuju | 5 | 57 | 14% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.2} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 57 responden (14%) memilih opsi Sangat Setuju, 146 responden (37%) memilih opsi Setuju, 131 responden (33%) memilih opsi Netral, 53 responden (13%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 13 responden (3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv mampu mendapatkan perhatian atau menarik minat dengan cepat atau membuat audiens tidak ke konten lain.

Tabel 4.2.8. Pernyataan Variabel X2.3

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 20 | 5% |
| Tidak Setuju | 2 | 46 | 12% |
| Netral | 3 | 114 | 29% |
| Setuju | 4 | 162 | 41% |
| Sangat Setuju | 5 | 58 | 15% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.3} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 58 responden (15%) memilih opsi Sangat Setuju, 162 responden (41%) memilih opsi Setuju, 114 responden (29%) memilih opsi Netral, 46 responden (12%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 20 responden (5%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan

kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv memiliki kepercayaan atau kredibilitas dari audiens pada informasi yang disajikan dalam kontennya.

Tabel 4.2.9. Pernyataan Variabel X2.4

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 4 | 1% |
| Tidak Setuju | 2 | 51 | 13% |
| Netral | 3 | 105 | 26% |
| Setuju | 4 | 187 | 47% |
| Sangat Setuju | 5 | 53 | 13% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.4} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 53 responden (13%) memilih opsi Sangat Setuju, 187 responden (47%) memilih opsi Setuju, 105 responden (26%) memilih opsi Netral, 51 responden (13%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 4 responden (1%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv memiliki ciri khusus dalam penyajian kontennya.

Tabel 4.2.10. Pernyataan Variabel X2.5

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 12 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 55 | 14% |
| Netral | 3 | 123 | 31% |
| Setuju | 4 | 150 | 38% |
| Sangat Setuju | 5 | 60 | 15% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.5} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 60 responden (15%) memilih opsi Sangat Setuju, 150 responden (38%) memilih opsi Setuju, 123 responden (31%) memilih opsi Netral, 55 responden (14%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 12 responden

(3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv menciptakan hubungan emosional, mental, atau kontekstual yang positif antara konten dan audiens.

Tabel 4.2.11. Pernyataan Variabel X2.6

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 15 | 4% |
| Tidak Setuju | 2 | 51 | 13% |
| Netral | 3 | 135 | 34% |
| Setuju | 4 | 152 | 38% |
| Sangat Setuju | 5 | 47 | 12% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.6} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 47 responden (12%) memilih opsi Sangat Setuju, 152 responden (38%) memilih opsi Setuju, 135 responden (34%) memilih opsi Netral, 51 responden (13%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 15 responden (4%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv mengasosiasikan bentuk kepeduliannya terhadap masalah yang dihadapi Audiens.

Tabel 4.2.12. Pernyataan Variabel X2.7

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 10 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 37 | 9% |
| Netral | 3 | 109 | 27% |
| Setuju | 4 | 183 | 46% |
| Sangat Setuju | 5 | 61 | 15% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.7} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 61 responden (15%) memilih opsi Sangat Setuju, 183

responden (46%) memilih opsi Setuju, 109 responden (27%) memilih opsi Netral, 37 responden (9%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 10 responden (3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv menampilkan cara hidup yang dikaitkan atau diwakili dalam konten.

Tabel 4.2.13. Pernyataan Variabel X2.8

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 13 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 49 | 12% |
| Netral | 3 | 109 | 27% |
| Setuju | 4 | 179 | 45% |
| Sangat Setuju | 5 | 50 | 13% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.8} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 50 responden (13%) memilih opsi Sangat Setuju, 179 responden (45%) memilih opsi Setuju, 109 responden (27%) memilih opsi Netral, 49 responden (12%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 13 responden (3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv sering memberikan giveaway atau hadiah kepada audiens.

Tabel 4.2.14. Pernyataan Variabel X2.9

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 11 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 38 | 10% |
| Netral | 3 | 100 | 25% |
| Setuju | 4 | 174 | 44% |
| Sangat Setuju | 5 | 77 | 19% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.9} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 77 responden (19%) memilih opsi Sangat Setuju, 174 responden (44%) memilih opsi Setuju, 100 responden (25%) memilih opsi

Netral, 38 responden (10%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 11 responden (3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv memiliki pemicu atau pemicu audiens terhadap suatu hal.

Tabel 4.2.15. Pernyataan Variabel X2.10

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 22 | 6% |
| Tidak Setuju | 2 | 56 | 14% |
| Netral | 3 | 130 | 33% |
| Setuju | 4 | 148 | 37% |
| Sangat Setuju | 5 | 44 | 11% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{2.10} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 44 responden (11%) memilih opsi Sangat Setuju, 148 responden (37%) memilih opsi Setuju, 130 responden (33%) memilih opsi Netral, 56 responden (14%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 22 responden (6%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv melibatkan audiens dalam pembuatannya (seperti membalas komen dengan video atau kegiatan interaktif lainnya) untuk memberikan pengalaman partisipatif pada audiens).

4.2.4 Data Analisis Variabel X₃ (Frekuensi *Postingan*)

Variabel X₃ pada penelitian ini adalah frekuensi *postingan* diukur dengan empat dimensi yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan intensitas. Berikut merupakan jbaran hasil jawaban responden terhadap pernyataan pada variabel X₃ (frekuensi *postingan*) dalam bentuk tabel:

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{3.1} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 55 responden (14%) memilih opsi Sangat Setuju, 169 responden (42%) memilih opsi Setuju, 113 responden (28%) memilih opsi

Netral, 52 responden (13%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 11 responden (3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden Setuju dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv memiliki jadwal postingan yang terjadwal setiap minggunya. Berikut tabelnya:

Tabel 4.2.16. Pernyataan Variabel X3.1

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 11 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 52 | 13% |
| Netral | 3 | 113 | 28% |
| Setuju | 4 | 169 | 42% |
| Sangat Setuju | 5 | 55 | 14% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{3.2} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 68 responden (17%) memilih opsi Sangat Setuju, 177 responden (44%) memilih opsi Setuju, 102 responden (26%) memilih opsi Netral, 41 responden (10%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 12 responden (3%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv memberikan pemahaman, konsumsi informasi spesifik terhadap audiens.

Tabel 4.2.17. Pernyataan Variabel X3.2

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 12 | 3% |
| Tidak Setuju | 2 | 41 | 10% |
| Netral | 3 | 102 | 26% |
| Setuju | 4 | 177 | 44% |
| Sangat Setuju | 5 | 68 | 17% |
| Total | | 400 | 100% |

Tabel 4.2.18. Pernyataan Variabel X3.3

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 9 | 2% |
| Tidak Setuju | 2 | 37 | 9% |
| Netral | 3 | 101 | 25% |
| Setuju | 4 | 180 | 45% |
| Sangat Setuju | 5 | 73 | 18% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan $X_{3.3}$ dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 73 responden (18%) memilih opsi Sangat Setuju, 180 responden (45%) memilih opsi Setuju, 101 responden (25%) memilih opsi Netral, 37 responden (9%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 9 responden (2%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv memiliki durasi minimal dalam setiap kontennya.

Tabel 4.2.19. Pernyataan Variabel X3.4

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 7 | 2% |
| Tidak Setuju | 2 | 48 | 12% |
| Netral | 3 | 120 | 30% |
| Setuju | 4 | 161 | 40% |
| Sangat Setuju | 5 | 64 | 16% |
| Total | | 400 | 100% |

Tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden terhadap pernyataan $X_{3.4}$ dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 64 responden (16%) memilih opsi Sangat Setuju, 161 responden (40%) memilih opsi Setuju, 120 responden (30%) memilih opsi Netral, 48 responden (12%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 7 responden (2%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan jika tidak dapat mengecek Konten TikTok akun

@ndshvv untuk sementara waktu, maka akan timbul keinginan untuk mengeceknya.

Tabel 4.2.20. Pernyataan Variabel X3.5

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 20 | 5% |
| Tidak Setuju | 2 | 67 | 17% |
| Netral | 3 | 134 | 34% |
| Setuju | 4 | 127 | 32% |
| Sangat Setuju | 5 | 52 | 13% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan X_{3.5} dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 52 responden (13%) memilih opsi Sangat Setuju, 127 responden (32%) memilih opsi Setuju, 134 responden (34%) memilih opsi Netral, 67 responden (17%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 20 responden (5%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Netral** dengan pernyataan konten TikTok akun @ndshvv membuat audiens merasa terinspirasi, tertarik, atau emosional ketika ditonton.

4.2.5 Data Analisis Variabel Y (Efektivitas Konten TikTok)

Data dalam variabel Y berisikan pernyataan yang telah dinyatakan valid dan reliabel. Variabel Y pada penelitian ini adalah efektivitas konten TikTok diukur dengan empat dimensi yaitu konten harus dirancang dan disampaikan, konten harus menggunakan simbol-simbol, komunikasi harus mengungkapkan kebutuhan, dan konten harus menyediakan sarana. Berikut merupakan jabaran hasil jawaban responden terhadap pernyataan pada variabel Y (efektivitas konten TikTok) yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan *google form* dan diolah dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2.21. Pernyataan Variabel Y1

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 4 | 1% |
| Tidak Setuju | 2 | 48 | 12% |
| Netral | 3 | 119 | 30% |
| Setuju | 4 | 167 | 42% |
| Sangat Setuju | 5 | 62 | 16% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan Y₁ dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 62 responden (16%) memilih opsi Sangat Setuju, 167 responden (42%) memilih opsi Setuju, 119 responden (30%) memilih opsi Netral, 48 responden (12%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 4 responden (1%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan saya selalu mencari akun TikTok @ndshvv setiap saya membuka TikTok.

Tabel 4.2.22. Pernyataan Variabel Y2

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 7 | 2% |
| Tidak Setuju | 2 | 36 | 9% |
| Netral | 3 | 113 | 28% |
| Setuju | 4 | 173 | 43% |
| Sangat Setuju | 5 | 71 | 18% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan Y₂ dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 71 responden (18%) memilih opsi Sangat Setuju, 173 responden (43%) memilih opsi Setuju, 113 responden (28%) memilih opsi Netral, 36 responden (9%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 7 responden (2%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Kesimpulannya bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan setelah saya mengikuti akun TikTok @ndshvv saya mendapatkan informasi yang saya butuhkan.

Tabel 4.2.23. Pernyataan Variabel Y3

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 8 | 2% |
| Tidak Setuju | 2 | 28 | 7% |
| Netral | 3 | 109 | 27% |
| Setuju | 4 | 180 | 45% |
| Sangat Setuju | 5 | 75 | 19% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan Y₃ dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 75 responden (19%) memilih opsi Sangat Setuju, 180 responden (45%) memilih opsi Setuju, 109 responden (27%) memilih opsi Netral, 28 responden (7%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 8 responden (2%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan saya sering memberikan like atau komentar pada akun TikTok @ndshvv.

Tabel 4.2.24. Pernyataan Variabel Y4

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 5 | 1% |
| Tidak Setuju | 2 | 30 | 8% |
| Netral | 3 | 122 | 31% |
| Setuju | 4 | 172 | 43% |
| Sangat Setuju | 5 | 71 | 18% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan Y₄ dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 71 responden (18%) memilih opsi Sangat Setuju, 172 responden (43%) memilih opsi Setuju, 122 responden (31%) memilih opsi Netral, 30 responden (8%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 5 responden (1%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan saya kembali ke akun TikTok @ndshvv untuk melihat konten yang *diposting*.

Tabel 4.2.25. Pernyataan Variabel Y5

| Kategori | Skor | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 17 | 4% |
| Tidak Setuju | 2 | 57 | 14% |
| Netral | 3 | 135 | 34% |
| Setuju | 4 | 153 | 38% |
| Sangat Setuju | 5 | 38 | 10% |
| Total | | 400 | 100% |

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan Y₅ dari total 400 responden (100%). Hasil yang didapatkan berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa 38 responden (10%) memilih opsi Sangat Setuju, 153 responden (38%) memilih opsi Setuju, 135 responden (34%) memilih opsi Netral, 57 responden (14%) memilih opsi Tidak Setuju, dan 17 responden (4%) memilih opsi Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan data, didapatkan kesimpulan bahwa responden **Setuju** dengan pernyataan saya selalu menggunakan TikTok akun @ndshvv untuk memperoleh informasi terkini tentang @ndshvv.

4.2.6 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan regresi terdapat syarat yang harus dilalui yaitu melakukan uji asumsi klasik. Model regresi harus bebas dari asumsi klasik yaitu, normalisat, bebas multikolinearitas, heterokedastisitas dan autokorelasi.

4.2.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov Smirnov Test yang dilakukan terhadap nilai residual yang diperoleh. Alat bantu dalam pengujian ini ialah melalui *software* SPSS. Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui data yang diperoleh dari jawaban responden sudah terdistribusi normal atau belum, data yang terdistribusi normal akan memperkecil terjadinya bias. Hasil uji normalitas menggunakan *software* SPSS dapat dilihat pada **Tabel 4.2.26** berikut.

Tabel 4.2.26 Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|---------------------|
| Unstandardized Residual | | |
| N | | 400 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,16599573 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,036 |
| | Positive | ,017 |
| | Negative | -,036 |
| Test Statistic | | ,036 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil yang dapat dilihat pada **Tabel 4.2.26** tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0,200. Nilai signifikansi tersebut bernilai lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4.2.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yang dapat diketahui dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Sebuah data dapat disimpulkan tidak ada gejala multikolinearitas apabila hasil output yang diperoleh memiliki nilai *tolerance* yang besar dari 1 dan nilai VIF kecil dari 10. Hasil uji multikolinearitas yang dilakukan dengan bantuan *software* SPSS dapat dilihat pada **Tabel 4.2.27** berikut.

Tabel 4.2.27 Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 8,366 | 1,108 | | 7,553 | ,000 | | |
| | X1 | ,103 | ,045 | ,111 | 2,277 | ,023 | ,895 | 1,117 |
| | X2 | ,141 | ,028 | ,252 | 5,006 | ,000 | ,831 | 1,203 |
| | X3 | ,167 | ,043 | ,187 | 3,854 | ,000 | ,899 | 1,112 |

a. Dependent Variable: Y

Hasil yang dapat dilihat pada **Tabel 4.2.27** tersebut terlihat bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh dari setiap variabel yaitu lebih besar dari 0,1 dengan VIF kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

4.2.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah model pada penelitian terbebas dari masalah heteroskedastisitas yang dapat dilihat dari *scatterplots*. Apabila titik-titik pada *scatter plots* tersebar secara acak dan berada di atas dan di bawah 0 sumbu Y maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Selanjutnya apabila nilai signifikansi yang diperoleh dengan uji rank spearman lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa juga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan bantuan *software* SPSS dapat dilihat pada **Tabel 4.2.28** berikut

Tabel 4.2.28 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| | | Correlations | | | | |
|-------------------------|----|-------------------------|--------|--------|-------------------------|-------|
| | | X1 | X2 | X3 | Unstandardized Residual | |
| Spearman's rho | X1 | Correlation Coefficient | 1,000 | ,281** | ,133** | ,031 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | ,000 | ,008 | ,530 |
| | | N | 400 | 400 | 400 | 400 |
| | X2 | Correlation Coefficient | ,281** | 1,000 | ,284** | ,005 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,000 | . | ,000 | ,923 |
| | | N | 400 | 400 | 400 | 400 |
| | X3 | Correlation Coefficient | ,133** | ,284** | 1,000 | ,007 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,008 | ,000 | . | ,889 |
| | | N | 400 | 400 | 400 | 400 |
| Unstandardized Residual | | Correlation Coefficient | ,031 | ,005 | ,007 | 1,000 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,530 | ,923 | ,889 | . |
| | | N | 400 | 400 | 400 | 400 |

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

Berdasarkan hasil yang dapat dilihat pada **Tabel 4.2.28** tersebut terlihat bahwa nilai *sig (2-tailed)* pada setiap variabel independent memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,530; 0,923; dan 0,889. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

4.2.6.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan bertujuan untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas. Hasil uji autokorelasi yang dilakukan dengan bantuan *software* SPSS dapat dilihat pada **Tabel 4.2.29** berikut.

Tabel 4.2.29 Hasil Uji Autokorelasi

| Runs Test | |
|-------------------------|--------|
| Unstandardized Residual | |
| Test Value ^a | ,02038 |
| Cases < Test Value | 200 |
| Cases >= Test Value | 200 |
| Total Cases | 400 |
| Number of Runs | 205 |
| Z | ,401 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,689 |
| a. Median | |

Hasil yang dapat dilihat pada **Tabel 4.2.29** tersebut terlihat bahwa nilai *asyimp.sig* yang diperoleh lebih besar dari 0,05 yaitu 0,689. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala autokorelasi.

4.2.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel dependen dan independen serta seberapa besar pengaruh variabel tersebut. Hasil analisis regresi linear dapat dilihat pada *output Model Summary* yang dapat dilihat pada **Tabel 4.2.30** berikut.

Tabel 4.2.30 Hasil Uji Linear Berganda

| Model | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 8,366 | 1,108 | | 7,553 | ,000 | | |
| | X1 | ,103 | ,045 | ,111 | 2,277 | ,023 | ,895 | 1,117 |
| | X2 | ,141 | ,028 | ,252 | 5,006 | ,000 | ,831 | 1,203 |
| | X3 | ,167 | ,043 | ,187 | 3,854 | ,000 | ,899 | 1,112 |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data yang diperoleh pada **Tabel 4.2.30** tersebut diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 8,366 + 0,103X_1 + 0,141X_2 + 0,167X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut diketahui bahwa nilai koefisien konstanta bernilai 8,366, sehingga dapat diartikan apabila nilai variabel dependen konstan, maka nilai dependen akan bertambah sebesar 8,366 setiap satu satuan. Sedangkan nilai koefisien kualitas informasi bernilai 0,103 yang artinya apabila kualitas informasi meningkat satu satuan maka efektivitas konten TikTok akan meningkat 0,103. Nilai koefisien daya tarik bernilai 0,141 yang artinya apabila daya tarik meningkat satu satuan maka efektivitas konten TikTok akan meningkat 0,141. Nilai koefisien frekuensi *postingan* bernilai 0,167 yang artinya apabila frekuensi *postingan* meningkat satu satuan maka efektivitas konten TikTok akan meningkat 0,167. Ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap variabel independen, yang artinya semakin meningkat kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan*, maka nilai efektivitas konten TikTok akan semakin bertambah.

4.2.8 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui berapa persen variabel independen tersebut mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai *R square* berdasarkan *output* yang diperoleh pada **Tabel 4.2.31** berikut.

Tabel 4.2.31 Hasil Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,405 ^a | ,164 | ,158 | 2,17418 |

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y

Nilai *R square* yang diperoleh pada **Tabel 4.2.31** memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0,164 atau 16,4%. Hal tersebut berarti kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* dapat memengaruhi variabel terikat yaitu efektivitas konten TikTok sebesar 16,4%.

4.2.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel atau seberapa jauh variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini uji hipotesis F dan uji hipotesis t. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 25*.

4.2.9.1 Uji F

Uji hipotesis F dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dan moderasi dapat mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Hasil dalam uji hipotesis ini dapat diketahui berdasarkan nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi yang diperoleh pada *software* lebih kecil dari 0,05, dapat dikatakan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Selain itu, dapat digunakan dengan cara membandingkan nilai pada tabel distribusi F. Apabila nilai tabel F distribusi lebih kecil daripada F-hitung (hasil pada *software*) maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan secara simultan antara variabel independen dan variabel moderasi dengan variabel dependen.

Hipotesis pada pengolahan ini adalah sebagai berikut.

- H₀ : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* terhadap efektivitas konten TikTok
- H_a : Terdapat pengaruh antara kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* terhadap efektivitas konten TikTok

Hasil uji hipotesis F yang dilakukan menggunakan bantuan *software SPSS* diperoleh *output Coefficients* yang dapat dilihat pada **Tabel 4.2.32** berikut.

Tabel 4.2.32 Hasil Uji Hipotesis F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 368,067 | 3 | 122,689 | 25,954 | ,000 ^b |
| | Residual | 1871,923 | 396 | 4,727 | | |
| | Total | 2239,990 | 399 | | | |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan **Tabel 4.2.32** tersebut, terlihat bahwa nilai signifikansi ialah 0,000, nilai ini berjumlah lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis H_0 ditolak dengan kesimpulan terdapat pengaruh antara kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* terhadap efektivitas konten TikTok.

4.2.9.2 Uji t

Uji hipotesis t berguna untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen dengan variabel moderasi terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil dalam uji hipotesis ini dapat diketahui berdasarkan nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi yang diperoleh pada *software* lebih kecil dari 0,05, dapat dikatakan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial. Selain itu, dapat digunakan dengan cara membandingkan nilai pada tabel distribusi t. Apabila nilai tabel t distribusi lebih kecil daripada t-hitung (hasil pada *software*) maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hipotesis pada pengolahan ini adalah sebagai berikut.

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* terhadap efektivitas konten TikTok
- H_1 : Terdapat pengaruh antara kualitas informasi terhadap efektivitas konten TikTok
- H_2 : Terdapat pengaruh antara daya tarik terhadap efektivitas konten TikTok
- H_3 : Terdapat pengaruh antara frekuensi *postingan* terhadap efektivitas konten TikTok

Hasil uji hipotesis t yang dilakukan menggunakan bantuan *software* SPSS diperoleh *output Coefficients* yang dapat dilihat pada **Tabel 4.2.33** berikut.

Tabel 4.2.33 Hasil Uji Hipotesis t

| Model | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 8,366 | 1,108 | | 7,553 | ,000 | | |
| | X1 | ,103 | ,045 | ,111 | 2,277 | ,023 | ,895 | 1,117 |
| | X2 | ,141 | ,028 | ,252 | 5,006 | ,000 | ,831 | 1,203 |
| | X3 | ,167 | ,043 | ,187 | 3,854 | ,000 | ,899 | 1,112 |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pada **Tabel 4.2.33** tersebut, diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas informasi adalah 0,023, variabel daya tarik adalah 0,000, dan frekuensi *postingan* adalah 0,000. Nilai ini lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa H0 ditolak dengan kesimpulan terdapat pengaruh antara kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* terhadap efektivitas konten TikTok secara parsial.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas informasi, daya tarik dan frekuensi *postingan* terhadap efektivitas konten TikTok melalui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ketertarikan audiens terhadap sebuah konten di TikTok. Saat ini, TikTok telah menjadi salah satu media sosial yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia dan menjadi aplikasi yang digunakan sehari-hari, sehingga banyak *content creator* yang mulai menggunakan TikTok sebagai media mereka untuk berkreaitivitas.

Subjek dari penelitian ini adalah akun TikTok @ndshvv dengan objek *followers* dari akun TikTok @ndshvv atau Nadya Shavira. Akun @ndshvv di TikTok adalah akun yang dimiliki oleh Nadya Shavira. Ia adalah seorang pengusaha, influencer, dan ibu dari seorang anak yang lahir dengan sindrom Down. Akun TikTok-nya memiliki lebih dari 6,5 juta pengikut dan lebih dari 979 juta suka. Nadya dikenal sebagai akun TikTok dengan konten ‘berbagi’ dengan video-video yang inspiratif dan penuh harapan, serta dengan pesan-pesannya tentang penerimaan dan keikhlasan. Tidak seperti akun ‘berbagi’ lainnya, akun TikTok @ndshvv tidak pernah menampilkan judul *click-bait* seperti undian atau giveaway ataupun konten yang mengundang orang-orang untuk mengikutinya. Bahkan dari

semua *thumbnail* video yang ia posting tidak pernah menggunakan editan apapun. Semua konten yang dibagikan hanya menggunakan editan dan juga pengambilan video menggunakan ponsel biasa. Akun TikTok @ndshvv memiliki keunikan karena dapat menarik pengikutnya dari kontennya yang dikemas secara sederhana.

Mempelajari akun @ndshvv untuk penelitian ini dapat mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor tersebut bekerja secara khusus dalam konteks konten yang sederhana dan menarik di platform TikTok. Oleh sebab itu dipilihlah teori *Uses and Gratification* sebagai kerangka pemahaman yang relevan. Variabel seperti kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan terhadap efektivitas konten TikTok dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pengguna TikTok menggunakannya, apa kebutuhan mereka saat menggunakan platform, dan bagaimana mereka mendapatkan kepuasan dari konten yang mereka konsumsi. Audiens menggunakan TikTok sebagai media sosial untuk mendapatkan kepuasan dan memenuhi kebutuhan tertentu. Mereka dapat memperoleh hiburan, kesenangan, inspirasi, dan konten yang menarik melalui akun @ndshvv. Oleh karena itu, faktor-faktor seperti kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan dari akun tersebut dapat mempengaruhi ketertarikan audiens terhadap konten TikTok. Selain itu, teori ini juga mencakup aspek partisipasi aktif dari audiens. Audiens aktif berpartisipasi dalam penelitian dengan menjadi responden dan memberikan tanggapan melalui kuisisioner. Hal ini mencerminkan keterlibatan mereka dalam penelitian dan pengembangan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas konten TikTok.

Terdapat tiga variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan*. Sedangkan variabel terikatnya adalah efektivitas konten TikTok dari akun @ndshvv. Tahapan pertama yang dilaksanakan adalah adanya uji reliabilitas, untuk menunjukkan bahwa konsistensi dari alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas, didapatkan bahwa terdapat konsistensi jawaban responden dari seluruh pertanyaan dalam kuisisioner, sehingga hal ini dapat dinyatakan bahwa pertanyaan kuisisioner dapat dipahami oleh responden.

Sebelum disebar, setiap pernyataan dalam kuesioner telah melewati proses uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kualitas dan keandalan data yang

diperoleh. Selanjutnya adalah adanya uji validitas untuk menilai ketepatan alat ukur yang digunakan. Setelah melalui uji validitas, ditemukan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti valid. Tahap selanjutnya adalah menyusun item pernyataan dalam bentuk kuesioner yang kemudian disebar kepada 400 responden yang telah ditentukan sesuai dengan tujuan penelitian. Kuesioner tersebut disebar menggunakan link Google Form melalui Direct Message (DM) pengikut akun TikTok @ndshvv.

Responden diminta untuk menanggapi beberapa pernyataan yang terkait dengan topik penelitian pada kuesioner. Data yang dikumpulkan dari responden akan dianalisis menggunakan metode statistik yang relevan. Hasil analisis data akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar yang membantu visualisasi temuan penelitian. Selain itu, juga akan disertakan deskripsi rinci mengenai setiap instrumen yang digunakan dalam penelitian ini.

Setelah selesai menganalisis setiap variable yang ada terdapat tahap uji lain yang harus dilalui yaitu melakukan uji asumsi klasik, koefisien determinasi serta melakukan uji Hipotesis. Uji asumsi klasik dilakukan pada penelitian ini, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Berdasarkan hasil dari seluruh uji asumsi dasar, diketahui bahwa data telah terdistribusi normal, tidak terdapat gejala multikolinearitas, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, dan tidak terdapat gejala autokorelasi. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda. Hasil dari analisis regresi linear berganda adalah semua nilai bernilai positif, yang berarti seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel terikat. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai efektivitas konten TikTok akan bertambah apabila nilai kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* juga bertambah.

Selanjutnya dilakukan penentuan koefisien determinasi untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, seluruh variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat dengan persentase sebesar 16,4%. Kemudian, dilakukan uji hipotesis untuk mengambil keputusan terhadap hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas

dengan variabel terikat secara simultan, yaitu mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* dengan efektivitas konten TikTok @ndshvv, sedangkan uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* masing-masing terhadap efektivitas konten TikTok @ndshvv. Berdasarkan hasil uji f, didapatkan bahwa kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* memiliki pengaruh secara simultan terhadap efektivitas konten TikTok @ndshvv.

Selanjutnya berdasarkan hasil dari uji t, pada variabel kualitas informasi disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh secara parsial terhadap efektivitas konten TikTok. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khansa Ramby pada tahun 2022 yang menyatakan bahwa penentuan konten yang akan dibuat harus dimaksimalkan agar dapat menghasilkan konten yang sesuai dengan keinginan masyarakat, sehingga dapat menaikkan nilai efektivitas konten dari akun TikTok tersebut (ramby, 2022). Selain itu, hal ini sejalan dengan hasil analisis penelitian oleh Ni Luh Ayu Kartika Yuniastari dan Ratna Kartika Wiyati pada tahun 2017 yang menghasilkan model modifikasi Delon dan Mclean yang terdiri dari dua hipotesis yaitu H1: Kualitas sistem akan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, H2: Kualitas informasi akan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dari model yang diusulkan, kedua hipotesis signifikan atau terbukti (Yuniastari, 2017).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung pada variabel kualitas informasi yaitu 0.103 bernilai positif dan nilai sig pada variabel kualitas informasi sebesar $0,023 < 0,05$ lebih kecil dari 0,05. Artinya kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap efektivitas konten TikTok. Jika kualitas informasi meningkat maka efektivitas konten TikTok juga akan meningkat atau sebaliknya jika kualitas informasi berkurang maka efektivitas konten TikTok juga akan berkurang.

Variabel selanjutnya adalah daya tarik. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa daya tarik memiliki pengaruh secara simultan terhadap efektivitas konten TikTok @ndshvv. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Fauziah, Puji Isyanto, dan Dini Yani pada tahun 2023 yang

menyatakan bahwa pembuatan konten melalui media sosial TikTok harus memperhatikan daya tarik suatu konten karena banyak dari audiens TikTok saat ini berasal dari generasi millennial, yang akan sangat tertarik apabila melihat konten yang sesuai dengan tren pada saat itu. Sehingga, apabila daya tarik tinggi terhadap konten tersebut, maka efektivitas konten tersebut juga akan meningkat (Fauziah et al., 2023). Selain itu merujuk pada penelitian pada media lain yang dilakukan oleh Dasmansyah Adyas dan Annisa Khairani pada tahun 2019 yang menyatakan semakin tinggi daya tarik iklan, maka semakin tinggi efektivitas iklan (Adyas & Khairani, 2019).

Senada dengan hasil penelitian ini dimana hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung pada variabel daya tarik yaitu 0.141 bernilai positif dan nilai sig pada variabel daya tarik sebesar $0,000 < 0,05$ lebih kecil dari 0,05. Artinya daya tarik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap efektivitas konten TikTok. Jika daya tarik meningkat maka efektivitas konten TikTok juga akan meningkat atau sebaliknya jika daya tarik berkurang maka efektivitas konten TikTok juga akan berkurang.

Variabel selanjutnya adalah frekuensi *postingan*. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, didapatkan bahwa variabel frekuensi *postingan* memiliki pengaruh secara simultan terhadap efektivitas konten TikTok @ndshvv. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sartika Azhari dan Irfan Ardiansah pada tahun 2022 yang menyatakan bahwa *content creator* perlu menjaga konsistensi jadwal dan jumlah *postingan* video yang di upload di TikTok, agar dapat menjangkau lebih banyak audiens lagi (Azhari & Ardiansah, 2022). Selain itu hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Falda Desthania pada tahun 2022 dimana dikatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel efektivitas konten dan intensitas penggunaan atau frekuensi media sosial yang simultan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Desthania, 2019).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung pada variabel frekuensi *postingan* yaitu 0.167 bernilai positif dan nilai sig pada variabel frekuensi *postingan* sebesar $0,000 < 0,05$ lebih kecil dari 0,05. Artinya frekuensi *postingan* tidak berpengaruh secara parsial terhadap efektivitas konten TikTok. Jika frekuensi *postingan* meningkat maka efektivitas konten TikTok juga akan meningkat atau

sebaliknya jika frekuensi *postingan* berkurang maka efektivitas konten TikTok juga akan berkurang. Frekuensi *postingan* yang konsisten juga akan mempengaruhi masuk atau tidaknya video ke dalam bagian trending di TikTok. Maka dari itu, apabila frekuensi *postingan* @ndshvv dikelola dengan baik, maka akan meningkatkan efektivitas konten dari akun tersebut.

Berdasarkan hasil dari semua uji t yang dilakukan pada ketiga variabel bebas, yaitu kualitas informasi, daya Tarik, dan frekuensi *postingan*, didapatkan bahwa **frekuensi *postingan* merupakan variabel yang paling berpengaruh** pada konten TikTok @ndshvv. Berdasarkan akun TikTok @ndshvv, ia memiliki frekuensi *postingan* minimal satu konten baru yang tersedia setiap harinya, berkat kekonsistensiannya dalam mem-*posting* konten miliknya menjadikan frekuensi *postingan* sebagai variabel yang paling berpengaruh terhadap efektivitas akunya. Frekuensi *postingan* dapat menjadi variabel yang berpengaruh pada keberhasilan konten TikTok @ndshvv karena ketersediaan konten yang terus-menerus, dengan meningkatkan frekuensi *postingan*, akun @ndshvv memiliki ketersediaan konten yang lebih besar bagi pengikutnya. Hal ini dapat memperkuat interaksi dan keterlibatan dengan pengikut karena mereka memiliki konten baru untuk dinikmati secara teratur. Selain itu frekuensi *postingan* yang tinggi dapat membantu membangun kehadiran dan kesadaran akun @ndshvv di platform TikTok.

Semakin sering konten diposting, semakin besar peluangnya untuk muncul di beranda dan ditemukan oleh pengguna baru. Oleh karena itu, frekuensi *postingan* dapat membantu memperluas jangkauan dan pertumbuhan pengikut. Akun TikTok @ndshvv juga memiliki keberagaman konten dengan frekuensi *postingan* yang tinggi, akun @ndshvv memiliki kesempatan untuk menciptakan variasi konten yang menarik. Ini membuka peluang untuk menjangkau dan menarik berbagai jenis pengikut dengan minat yang berbeda. Keberagaman konten juga membantu menjaga pengikut tetap terlibat dan tertarik dengan akun tersebut. Algoritma TikTok juga merupakan pengaruh dari frekuensi *postingan* terhadap efektivitas konten TikTok @ndshvv. Algoritma TikTok cenderung memberikan preferensi terhadap konten yang sering diposting oleh pengguna yang telah membangun keterlibatan yang baik dengan pengikutnya. Beberapa kasus, frekuensi *postingan* yang tinggi dapat meningkatkan kemungkinan konten muncul di bagian "Untuk

Anda" atau direkomendasikan kepada pengguna lain.

Hal lain yang dapat memengaruhi efektivitas konten TikTok dari frekuensi postingan adalah dapat meningkatkan eksposur, dengan sering memposting konten baru, akun TikTok memiliki peluang lebih besar untuk tampil di beranda pengguna lain. Frekuensi postingan yang tinggi dapat meningkatkan eksposur akun dan konten yang dibagikan, sehingga lebih banyak orang dapat melihat dan menemukan akun tersebut. Selain itu frekuensi postinga yang tepat juga dapat mempertahankan keterlibatan. Frekuensi postingan yang konsisten dapat membantu menjaga minat dan keterlibatan pengikut. Saat pengikut melihat konten yang baru secara teratur, mereka cenderung tetap terhubung dengan akun tersebut dan lebih mungkin untuk terus mengikuti dan berinteraksi dengan konten tersebut.

Frekuensi postingan juga menciptakan keberagaman konten dengan memposting secara sering, akun TikTok memiliki kesempatan untuk menciptakan variasi konten yang menarik dan beragam. Hal ini dapat membantu menarik audiens yang berbeda dan memperluas jangkauan akun. Frekuensi postingan yang tepat juga akan meningkatkan kesempatan viral pada platform seperti TikTok, konten yang mendapatkan popularitas viral dapat membawa pertumbuhan yang signifikan bagi akun. Dengan frekuensi postingan yang tinggi, akun memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan konten yang bisa menjadi viral dan mendapatkan perhatian yang luas. Namun, penting untuk diingat bahwa frekuensi postingan yang tinggi harus disertai dengan kualitas konten yang baik. Konten yang menarik, kreatif, dan relevan tetap menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan sebuah akun TikTok. Frekuensi postingan yang tinggi tanpa memperhatikan kualitas konten dapat berdampak negatif dan menyebabkan pengikut kehilangan minat.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Vira Aulia, Yanti Tayo, and Luluatu Nayiroh pada tahun 2022 dimana ia meneliti konten TikTok @aulion dan didapatkanlah hasil bahwa frekuensi dan atensi merupakan variabel yang paling berpengaruh pada kreativitas mahasiswa (Aulia et al., 2022). Sebagai perbandingan dengan penelitian sebelumnya, variabel nya bebasnya yang hanya ada satu yaitu terpaan media dengan tiga indikator yang sifatnya serupa. Sehingga tidak ada variabel lain yang dapat dijadikan perbandingan.

Selain itu, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putut Suharso dan Ayu Muntiah pada tahun 2020 dimana dikatakan bahwa Hasil dari penelitian ini diperoleh Perpustakaan Universitas Gajah Mada menjadi perpustakaan paling aktif dari segi jumlah kiriman dibanding dua perpustakaan lainnya. Frekuensi posting Perpustakaan Universitas Gajah Mada adalah 16 hingga 17 kiriman dalam sebulan. Sedangkan, perpustakaan dengan antusiasme pengguna terbanyak ada pada Perpustakaan UI, hal ini dapat dilihat dari pengguna yang banyak bertanya dan memberikan likes pada kiriman (Suharso & Muntiah, 2020). Sehingga dapat dibuktikan bahwa dengan adanya frekuensi postingan yang banyak akan menciptakan lingkungan yang aktif.

Adapula penelitian yang dilakukan oleh Fajar Syuderajat pada tahun 2017 yang juga membahas frekuensi postingan dari beberapa media sosial subjek yang sama (Syuderajat, 2017). Melalui penelitian tersebut, ia menyebutkan bahwa media sosial yang paling efektif adalah media yang paling sering memposting dalam jangka waktu seminggu. Selain itu, penelitian ini menyoroti bahwa meskipun variabel frekuensi postingan menjadi variabel paling berpengaruh terhadap efektivitas konten TikTok, hal ini menunjukkan bahwa konsistensi dan tingkat keterlibatan *content creator* dalam berinteraksi dengan penonton sangat penting dalam menciptakan efek positif terhadap efektivitas konten.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus khususnya yaitu platform TikTok dan variabel-variabel yang dipilih untuk diteliti. TikTok memang telah menjadi salah satu platform media sosial yang populer, tetapi penelitian yang fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas konten di platform ini belum banyak dilakukan pada saat penelitian tersebut dilakukan. Penelitian ini juga mencakup tiga variabel bebas yang mencakup aspek penting dalam menghasilkan konten yang menarik di TikTok, yaitu kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan. Kualitas informasi merupakan aspek kunci dalam menyampaikan pesan yang berarti dan bermanfaat bagi audiens. Daya tarik menggambarkan sejauh mana konten tersebut menarik perhatian dan mempengaruhi emosi penonton. Sedangkan frekuensi postingan mencerminkan konsistensi dan keaktifan *content creator* dalam berinteraksi dengan penonton.

Temuan ini dapat memberikan wawasan dan informasi berharga bagi para

content creator, pemasar, dan pengguna media sosial lainnya yang tertarik untuk menciptakan konten yang efektif dan menarik di platform TikTok. Menyadari pentingnya kualitas informasi, daya tarik, dan konsistensi dalam frekuensi postingan, *content creator* dapat lebih fokus pada strategi yang efektif untuk mencapai dan mempertahankan audiens mereka, serta meningkatkan pengaruh dan dampak konten mereka di TikTok.