

## Pengaruh Minat terhadap Perilaku Hedonisme

Adi Noviyansyah\*, Riyanto

Prodi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi, Indonesia.

\*adinoviynsyh@gmail.com, riyantocawas67@gmail.com

**Abstract.** The growth of technology has had a major impact on human life and civilization, for example, the emergence of social media due to the rapid development of technology. Technology in the current era of globalization provides many benefits that have an impact on social aspect, making interaction easy and fast. Especially new media, in the form of the internet with various applications such as web, email, blogspot, web social network, online games, online books, online newspapers, web, various videos and their diversity. In the development of social media such as TikTok, it has benefits that can be presented by its users, but has drawbacks that can change the perception of its user, especially young people who are consumers and make a hedonistic lifestyle among teenagers. With a qualitative research method, we tried to observe TikTok follower Medy Renaldy in relation to the use of social media and adolescent interest in reviewing toys that encourage hedonistic behavior. With a population of 96.100 followers and the Slovin method, a sample of 100 people was obtained. From the research, the regression equation  $Y=7,705 + 0,673 X$ , and  $R=0,815$  and  $Rsquare = 0,664$  or 66,4% which means that Medy Renaldy TikTok content has an influence of 66,4% on adolescent hedonism behavior, and the remaining 33,6% is influenced by other factors not discussed in this study.

**Keywords:** *Social Media, Content, Interests, Hedonism Behavior.*

**Abstrak.** Pertumbuhan teknologi sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan dan peradaban manusia, seperti, kemunculan media sosial akibat perkembangan teknologi yang begitu cepat. Teknologi pada masa globalisasi saat ini memberikan banyak manfaat yang berdampak pada aspek sosial, dalam berinteraksi menjadi mudah dan cepat. Terutama media baru, berupa internet dengan berbagai aplikasinya seperti web, email, blogspot, web social network, permainan online, buku online, koran online, web berbagai video dan keberagamannya. Dalam perkembangan media sosial seperti TikTok mempunyai manfaat yang dapat disajikan oleh penggunanya, namun memiliki kekurangan yang dapat mengubah persepsi penggunanya khususnya kaum muda yang bersifat consumer serta menjadikan gaya hidup hedonism dikalangan remaja. Dengan metode penelitian kuantitatif berusaha mengamati follower TikTok Medy Renaldy dalam kaitannya dengan penggunaan media sosial dan minat remaja dalam mereview mainan yang mendorong perilaku hedonism. Dengan populasi sebesar 96.100 followers dan metode Slovin diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Dari penelitian diperoleh persamaan regresi  $Y= 7,705 + 0,673 X$ , dan  $R= 0,815$  serta  $Rsquare = 0,664$  atau 66,4% yang berarti bahwa konten TikTok Medy Renaldy memiliki pengaruh sebesar 66,4% terhadap perilaku hedonism remaja, dan sisanya sebesar 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Media Sosial, Konten, Minat, Perilaku Hedonisme.*

## A. Pendahuluan

Pertumbuhan teknologi sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan dan peradaban manusia. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menggeser kebutuhan manusia semakin beragam terutama dalam memenuhi atau untuk mendapatkan aktualisasi diri. Terlepas dari diri manusia yang selalu membutuhkan orang lain dalam menopang interaksi dan eksistensi, sehingga perlu adanya komunitas untuk membantu menjaga eksistensinya (1).

Kemunculan media sosial akibat perkembangan teknologi yang begitu cepat. Seiring dengan kemajuan zaman globalisasi yang sedang berlangsung, pertumbuhan teknologi komunikasi terus tumbuh pesat. Pada abad ke-20, hampir seluruh manusia di muka bumi, memanfaatkan komunikasi dalam proses komunikasi antar sesama yang didukung perlengkapan teknologi mutakhir, melalui dunia maya, yang tersambung melalui teknologi jaringan *computer*. Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) jumlah pengguna jaringan di negara Indonesia meraih 88jt manusia sampai di penghujung tahun 2014. Jaringan komunikasi saat ini erat dengan sebutan media baru (2).

Teknologi besar pada masa globalisasi saat ini memberikan banyak manfaat yang berdampak pada aspek sosial, antara lainnya berinteraksi menjadi semakin mudah dan cepat. Seiring dengan perjalanan waktu dan perkembangan teknologi serta informasi, menjadikan kaum muda millennial yang lebih senang di *area social* yang semakin mudah untuk memahami teknologi yang menggunakan jaringan internet, yang lebih dikenal dengan sebutan *media social* (3).

Konten informasi berupa ide-ide yang muncul dan dikumpulkan melalui media, termasuk perkembangan ilmu pengetahuan yang berupa, penjelasan, prinsip-prinsip, definisi, dan keahlian serta proses penyerapan ilmu pengetahuan seperti membaca, mencatat atau menulis, berhitung, menari, berpikir logis, berbicara lisan serta tulisan, serta penguatan nilai-nilai seperti gagasan tentang hal-hal yang bermanfaat, kurang baik, baik dan buruk, indah serta tidak indah, semakin bervariasi (4).

Terutama media baru, berupa internet yang umumnya terdapat berbagai aplikasinya seperti *web*, email, blogspot, *web social network*, permainan *online*, buku *online*, koran *online*, *web* berbagai video dan keberagamannya. *Web* membagikan video yang dapat dikenal luas dan menonjolkan berbagai konten yang mudah dikenal di kalangan kaum muda saat ini adalah TikTok (5).

Aplikasi TikTok merupakan bentuk media sosial dengan aplikasi video musik dari negeri Cina yang diluncurkan tepat bulan September 2016 oleh pembuatnya Zhang Yiming. Aplikasi TikTok digunakan untuk *meng-upload* video pemegang akun yang dibagikan kepada pengguna TikTok lainnya. Tercatat dipertengahan awal tahun 2018, aplikasi TikTok terkonfirmasi sebagai sarana aplikasi yang banyak diunggah yakni sebesar 45,8 juta kali. Total tersebut menyaingi *apps* lainnya seperti Youtube, Whatsapp, Facebook, Massanger, serta Instagram (IG). Bagi perusahaan Bytedance sebagai pembuat aplikasi TikTok, melihat Indonesia mempunyai *user* aktif pengguna aplikasi TikTok mencapai kurang lebih 10 juta tiap bulannya. Seluruh aplikasi TikTok dapat diunduh melalui *google playstore* dan *app store* (6).

Dalam perkembangan media sosial saat ini, TikTok mempunyai manfaat yang dapat disajikan oleh penggunanya, namun dari sisi lain TikTok juga memiliki kekurangan yang dapat mengubah persepsi penggunanya khususnya kaum muda yang mengarah dan bersifat konsumer (6).

Hedonisme merupakan pola hidup yang mengarah kepada sifat yang menghambur-hamburkan waktu, uang dan kesempatan serta lebih mementingkan kesenangan belaka, boros waktu yang berlebihan di luar rumah, serta membayangkan suatu kebahagiaan, puas dengan barang-barang mahal, dan berusaha menjadi titik perhatian banyak orang, dengan berbagai cara. *Life style* hedonisme biasanya banyak ditemui dilingkungan remaja, yakni kaum muda yang berusaha menemukan identitas diri melalui penggunaan *symbol-symbol* status kendaraan, busana, serta mempunyai barang mewah lainnya yang bisa dilihat oleh banyak orang (7).

Menurut *web noxinfluencer.com* berkaitan dengan akun TikTok Medy Renaldy yang mendapatkan *followers* banyak di Indonesia pada peringkat 322, dengan *followers* lebih dari 1.100.000 pada bulan November 2020. Konten Medy Renaldy umumnya *mereview* tentang

mainan yang harganya mahal, mencapai jutaan rupiah.

Kolektor mainan hanyalah hobby semata, tetapi Medy Renaldy tidak ingin hanya ingin menjadi kolektor pada umumnya. Medy Renaldy ingin memberikan informasi tentang mainan dari berbagai sudut, maka dari itu Medy Renaldy menjadikan konten kreator mainan di berbagai media seperti TikTok, Youtube, Instagram. Konten kreator tersebut diharapkan akan menjadi sebuah karir yang baru di kalangan kaum muda, dan bisa menjadikan kegiatan positif seperti dapat hadir di *event-event* tertentu, ketemu para ahli kolektor mainan terkenal sehingga kepopuleran dapat diraih dengan cepat lewat penggemarnya di media TikTok maupun sosial media lainnya (6).

Penelitian ini mengkhususkan objek *followers* Medy Renaldy. Dengan perumusan masalah “apakah terdapat pengaruh minat konten TikTok Medy Renaldy terhadap perilaku hedonisme mainan remaja?”.

Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat dampak atau pengaruh minat konten TikTok Medy Renaldy terhadap perilaku hedonisme mainan remaja dan mengetahui bagaimana sikap masyarakat mengenai konten TikTok Medy Renaldy.

### **Penelitian Terdahulu**

Pada penelitian terdahulu sebagai acuan sebagai masukan dan penguatan teori dan metode dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian terdahulu dari beberapa jurnal telah terbit di rumah jurnal yang berkaitan dengan minat dan sikap di media massa. Dari beberapa penelitian yang dapat dijadikan sebagai sumber acuan adalah:

1. Peneliti Riyanto (8) dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi, terbit di rumah jurnal *CommuniVerse*, Universitas Abdurrab dengan judul “*Dampak Pemanfaatan Media Sosial Dalam Interaksi Pembelajaran*”. Dengan berpijak pada teori yang mendasari adanya motivasi, yang memberikan dampak berupa: (a) Kognitif, (b) Afektif, (c) Konatif. Dampak Kognitif adalah komunikator memberikan pesan dengan tujuan supaya ada perubahan pada lawan komunikasinya. Dampak afektif menunjukkan ada penyesuaian perilaku, dan Dampak konatif seperti ada penyesuaian mental. Walaupun komunikasi telah dimediasi terhadap jaringan atau internet, tapi arah atau motivasi di balik komunikasi tidak jauh dari 3 tujuan ini. Dengan berpijak pada teori *Industrial Organization* dan teori *Ecological Organization*, serta metode yang digunakan bersifat kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif, dengan hasil penelitian bahwa penggunaan media sosial dipengaruhi oleh kepuasan kinerja pembelajaran (8).
2. Penelitian Susilowati (9) dari Akademi Komunikasi BSI Jakarta dengan judul “*Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe)*”, Dengan Latar Belakang permasalahan penelitian berupa cara penggunaan TikTok seperti personal branding instagram. Penelitian tersebut menggunakan Teori Komunikasi, serta dengan Metodologi kualitatif serta menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian tersebut bahwa pembentukan personal branding harus didasari kenyataan kehidupan dengan berbagai aktivitas positif yang memperkuat pembentukan personal branding, karena pencitraan berdasarkan polesan semata tidak mampu membentuk personal branding yang kuat karena bukanlah proses instant (9).
3. Penelitian Alfiana Yuniar Rahmawati (6) dari Universitas Negeri Sunan Kalijaga berjudul “*Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad*”. Dengan latar belakang pengaruh perkembangan yang disebabkan oleh *user* aplikasi TikTok berupa perilaku narsisme. Perilaku narsisme setiap remaja berbeda-beda bergantung pada tingkat intensitas remaja dalam mengaplikasikan TikTok. Menggunakan Teori SOR (*Stimulus Organism Respon*). Dan dengan Metode penelitian deskriptif serta pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menyatakan bahwa sumber komunikasi (*source*) sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, termasuk pengaruh media baru aplikasi TikTok dapat mempengaruhi perubahan perilaku (6).

### Pengertian Minat

Minat merupakan ketertarikan atau kecenderungan seseorang yang timbul dari suatu objek dalam kegiatan aktivitas tertentu secara aktif. Menurut Hardjana, minat merupakan niat hati yang besar pada suatu yang muncul karena adanya ketertarikan, yang dirasa maupun tidak dialami ataupun kemauan tersendiri. Minat juga bisa diartikan sebagai kesenangan yang terikat ataupun termotivasi untuk mencermati seseorang, suatu benda ataupun kegiatan di bidang tertentu. Menurut pengertian di atas minat adalah kemauan seseorang agar menggapai suatu yang dibutuhkan sehingga terdorong untuk melaksanakan aktivitas untuk memenuhi kebutuhannya (10).

Minat adalah kecintaan (kecenderungan hati) terhadap sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai kerinduan, keinginan atau sumber inspirasi yang mendorong individu untuk melakukan apa yang mereka butuhkan. Minat adalah kecenderungan serta energi yang tinggi ataupun kerinduan yang luar biasa terhadap sesuatu. Ada beberapa dimensi dari asumsi minat, antara lain adalah: (1) *Attention* / Perhatian, (2) *Interest* / Ketertarikan, (3) *Desire* / Keinginan (11).

Beberapa ciri-ciri berkaitan dengan adanya minat, antara lain: (1) Metode mencontohi kegiatan di belahan dunia yang dapat diminati. (2) Serius atau tidaknya dalam mengikuti kegiatan. Seseorang yang berkeinginan melaksanakan kegiatan investasi semacam pembelian saham, obligasi, reksadana, ataupun berinvestasi melalui pasar uang semacam deposito ataupun giro tak akan memedulikan kata menyerah serta senantiasa menikmati aktivitas tersebut. Selain itu ia akan mencari informasi potensial yang paling banyak tanpa bergantung pada orang lain (12).

### Hedonisme

Sebutan dari hedonisme atau *Hedone* berasal dari bahasa Yunani yang berarti kesenangan mengacu pada pola yang terkait tentang apa yang bagus menurut seseorang, dengan cara apa seseorang bersikap serta apa yang membuat memotivasi agar dapat berperilaku seperti pola yang diikuti. Dari zaman Yunani, perilaku *hedonic* sudah dikaitkan dengan prinsip motivasi klasik bahwa orang mendekati kesenangan serta menghindari kesusahan atau hal-hal yang dibenci. Hedonisme adalah suatu prinsip hidup yang berjalan dan berpandangan bahwa kebahagiaan serta kepuasan materi merupakan sasaran untuk hidup. Para pengikut *hedon* mengetahui bahwa bersenang-senang, pesta, serta sebagainya adalah tujuan untuk hidup, apakah hal itu menggembirakan orang lain ataupun tidak. Sebab orang yang menganut prinsip *hedon* berpikiran bahwa hidup itu hanya sekali, sehingga mereka dapat merasakan hidup senikmat-nikmatnya (7).

Ciri-ciri hidup hedonisme: (2) Karakteristik *life style* hedonisme merupakan kesenangan didapatkan dengan berdasarkan perasaan-perasaan yang beranggapan serta sedapat mungkin menjauhi perasaan yang tak enak. Contohnya yang berkaitan dengan makan adalah makanan yang dapat membangkitkan kenikmatan atau membawa dampak kesehatan, namun juga menyadari bahwa makan yang terlalu berlebihan membangkitkan penyakit. (3) Dengan giat selalu mengikuti perkembangan zaman melalui buku majalah atau *social media* supaya dapat mengetahui perkembangan zaman paling *update*. Contohnya membeli barang yang menurutnya bagus atau menarik setelah melihat salah satu personal sosial media yang dianggap sebagai contoh atau model (7).

Perilaku Hedonisme merupakan sebuah kecenderungan (*tendency*) untuk mendekati (*approach*) atau tetap menjauh (*avoid*), menindaklanjuti dengan sesuatu kegiatan, baik secara tegas atau negatif kepada sesuatu barang, pakaian dan kendaraan. Perilaku terdiri dari bagian-bagian yang berperan sebagai penanda yang diantaranya yaitu bagian Kognitif (informasi dan keyakinan), Afektif (sentimen dan preferensi), dan Konatif (kecenderungan dan kemampuan) terhadap substansi yang mereka lihat (4).

Dalam penelitian ini menggunakan dimensi yang mencirikan perilaku hedonisme dan dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (Gustian, 13): (1) Aktivitas, (2) Kepentingan, (3) Opini.

Dari sumber referensi tersebut, hedonisme yang berarti gaya hidup (*life style*) seseorang merupakan fungsi karakteristik ataupun watak personal yang telah dibangun lewat komunikasi secara alami, seseorang yang awalnya tidak menghambur-hamburkan uang (hemat) berubah

menjadi seseorang yang boros, menghabiskan waktu atau berteman dengan orang-orang yang bergaya mewah.

## Media Sosial

### Klasifikasi Media Sosial

Media Sosial merupakan teknologi yang dapat menyediakan bermacam-macam informasi dan komunikasi dalam bentuk seperti majalah, *forum internet*, *weblog*, *blog spesial*, *microblogging*, *wiki*, *podcast*, foto ataupun gambar, *video*, peringkat serta bookmark sosial. Melalui penerapan teori di sisi media dan metode sosial (*self-presentasi*, *self-disclosure*) Kaplan dan Haenlein menghasilkan konsep klasifikasi jenis sosial media pada unsur Horizons Bisnis mereka yang didistribusikan sejak tahun 2010 (14).

### TikTok

TikTok merupakan media sosial yang memberikan izin bagi *user-nya* untuk membuat konten ber-variasi, seperti konten *comedy*, *education*, bimbingan, tantangan, dan *dance* dengan menggunakan fitur serta dapat diedit seperti pembuatan video (5). Dari referensi tersebut, bahwa TikTok merupakan sebuah sarana untuk mendapatkan informasi dan hiburan dalam bentuk video yang dapat dilihat oleh siapapun dan dimanapun (5).

### Konten

Konten merupakan makna kandungan atau muatan berupa informasi yang dapat memberikan efek bagi penerima. Dalam hal ini makna penyampaian pesan berupa video yang menceritakan tentang kegiatan hidup seseorang yang telah divalidasi validitas, sebagai pemikat dan kekuatan kreator untuk penyampaian pesan video yang menarik, dapat dicerna dan tersampaikan kepada banyak orang (4).

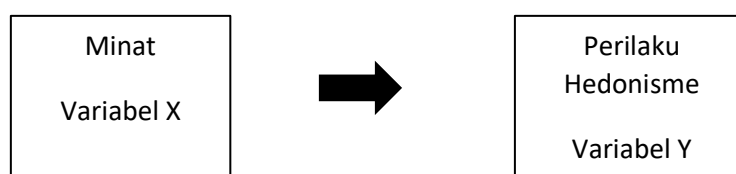
Model yang digunakan untuk menjelaskan teori Blumler dan Katz, adalah Teori tentang Penggunaan dan Kepuasan dalam menggunakan media yang lebih dikenal sebagai *Uses and Gratification Theory*. Teori ini dikembangkan pada tahun 1974 oleh Blumler dan Katz (15). Blumler dan Katz berpendapat bahwa pemakaian media dapat diketahui melalui *audience* yang memainkan posisi aktif dalam memutuskan serta memanfaatkan media. Oleh Karena itu, pemakaian media merupakan bagian yang berfungsi dalam proses komunikasi. Pemakaian media berupaya untuk mengetahui sumber media dalam upaya mencukupi kebutuhan media. Dalam hal ini, *uses and gratification theory* mengasumsikan jika pengguna media memiliki opsi alternatif untuk memenuhi kebutuhannya (16).

Pendekatan *uses and gratification* merupakan salah satu landasan teoritis yang tepat untuk meneliti tentang motif para pengguna media. Dikarenakan asumsi dari teori tersebut adalah pengguna yang secara aktif memilih media yang digunakan dan yang kedua adalah media yang digunakannya dapat memberikan servis / gratifikasi terhadap tujuan yang akan dicapai, dan jika kedua asumsi tersebut dapat terpenuhi maka sudah tentu pendekatan *uses and gratification* tepat untuk digunakan (1).

Untuk dapat mengukur apakah masyarakat terpenuhi setelah memanfaatkan media, diperlukan suatu pola untuk mengukur pemenuhan kebutuhan yang disebut *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. *Gratification Sought* adalah pemenuhan yang diteliti ataupun diminati pribadi pada saat menggunakan media. Sebaliknya *Gratification Obtained* merupakan bentuk kesenangan yang jelas didapatkan seseorang sesudah mengkonsumsi suatu menggunakan media tertentu (17).

Kerangka konsep yang digunakan sebagai pola pemikiran dengan mengelompokkan variabel independen atau variabel Y (perilaku hedonism) dan Variabel terikat yaitu variabel X (minat) yang digunakan untuk memandu jalannya penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Kerangka Pemikiran



## B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif yang didasari pada anggapan bahwa suatu gejala tersebut bisa dikategorikan, dalam ikatan kausal (sebab akibat). Penelitian kuantitatif memfokuskan kepada analisa pada data-data numerical (angka) yang diolah secara statistik. Model kuantitatif dilaksanakan pada penelitian inferensia dan menyandarkan kesimpulan pada hasil suatu probabilitas.

Metode penelitian dapat digunakan sebagai pandangan yang menunjukkan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti dan sekaligus menggambarkan tipe serta jumlah rumusan masalah yang harus dijawab melalui penelitian teori yang dipakai sebagai merumuskan hipotesis, tipe serta jumlah hipotesis, serta metode pemeriksaan statistik yang akan digunakan (19).

Menurut penjelasan metode penelitian kuantitatif, secara statistik dibutuhkan data untuk dapat menggambarkan situasi yang akan dianalisa. Oleh karena perlu dilakukan pencarian data statistik dengan mekanisme dan pengukuran yang akurat pada desain pertanyaan kuesioner terhadap responden serta dukungan literasi sebagai data pendukung.

Jenis penelitian yang digunakan pada hal ini yaitu kuantitatif dengan paradigma positivistic akan berkaitan dengan kuantitatif, dan hubungan antar variabel. Berdasarkan tujuan penelitian ini demi mengetahui tingkat dampaknya pengaruh minat konten TikTok Medy Renaldy terhadap perilaku hedonisme remaja.

Ciri-ciri pandangan positivism menurut Nasution (19): (1) Alasan eksperimen dengan merancang variable yang dapat diperkirakan secara kuantitatif untuk bisa diteliti hubungan antara berbagai macam variable. (2) Pilih peraturan umum yang dapat menggabungkan seluruh permasalahan, meski dengan penanganan statistik dicapai peringkat probabilitas, dengan mementingkan sampling untuk mencari generalisasi. (3) Netralitas pengamatan hanya dengan memeriksa tanda-tanda yang bisa diteliti secara langsung dengan mengabaikan apa yang tak bisa diamati serta diperkirakan melalui instrumen yang valid atau sah serta reliable atau solid. Sehingga netralitas diberikan atau diijinkan dalam penelitian itu direplikasi.

### Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya diteliti. Populasi dalam hal ini ditetapkan adalah followers aktif instagram Medy Renaldy dari data yang didapat pada 28 Desember 2020 yang berjumlah 96.100 followers. Populasi ini yang diambil dari remaja usia 17-24 tahun (20).

### Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi itu sendiri yang diambil sebagai objek dalam sebuah pengamatan atau penelitian lantaran dianggap mampu mewakili populasi. Penarikan sampel dalam ini ialah teknik probability sampling (stratified random sampling) dengan pemilihan secara acak. Dengan metode Slovin dapat ditentukan besaran sampel (20). Untuk memastikan besaran sampel penelitian menurut rumus Slovin, adalah:

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

Keterangan:

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= Nilai error sebesar 10%

Alasan menggunakan teknik sampel probability sampling (stratified random sampling) karena followers Medy Renaldy cukup banyak dan beragam, sehingga memudahkan dalam pengambilan sampel dari populasi secara acak (21). Dari perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin karena hasil yang didapat haruslah akurat dan benar (22).

Teknik pengumpulan data dalam proses untuk mencari informasi berupa data, menata secara terorganisasi data yang didapatkan dari hasil catatan lapangan, juga document, melalui teknik menggabungkan data atau informasi serta mengklasifikasi ke unit, menjajarkan ke dalam

model (7).

Pengumpulan data dalam hal ini menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner ialah metode pengumpulan data melalui beberapa pertanyaan ataupun statement yang telah ditetapkan yang mendapatkan jawaban dari responden. Pada umumnya agar responden bersedia memberikan jawaban sesuai pertanyaan, responden diberikan apresiasi-apresiasi yang mendorong responden secara suka rela memberikan jawaban. Kuesioner yang diterapkan untuk di uji dengan memakai model kuesioner tertutup ataupun dengan kata lain telah disajikan opsi jawabannya untuk dipilih oleh responden dan proses penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui google form.

Menurut model penelitian yang disajikan, hipotesis dalam hal ini adalah: (1) H1: Mempunyai persepsi hubungan antara minat dan perilaku hedonisme. (2) H2: Mempunyai persepsi hubungan perilaku hedonisme dengan konten Medy Renaldy.

#### Variabel Independen

Variabel Independen yaitu variabel (Y) yang mempengaruhi variabel terikat (X) atau dependen, baik dampaknya positif ataupun yang dampaknya negative. Variabel ini berdiri sendiri serta tidak terpengaruh terhadap variabel yang lain. Posisi variabel independen dalam hal ini memengaruhi variabel terkait. Dalam script analisis, untuk tampak maka variabel yang menerangkan tentang jalur ataupun suatu masalah dipecahkan ialah tidak lain variabel-variabel independen (23). Variabel independen dalam hal ini ialah: (1) Minat (2) Perilaku Hedonisme.

**Tabel 1.** Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indicator	Skala
Minat (X)  (11)	Attention (Perhatian)	1. Sering bermain sosmed TikTok 2. Sering menonton konten TikTok Medy Renaldy	Interval
	Interest (Ketertarikan)	1. Apakah kamu menunggu konten TikTok Medy Renaldy 2. Konten TikTok Medy Renaldy sangat menarik	Interval
	Desire (Keinginan)	1. Konten TikTok Medy Renaldy memberikan informasi yang baik 2. Medy Renaldy ahli dalam mereview mainan	Interval
Perilaku Hedonisme (Y)  (13)	Aktivitas	1. Setelah menonton TikTok Medy Renaldy jadi tahu harga mainan 2. Setelah menonton TikTok Medy Renaldy jadi tahu detil-detil dari sisi mainan	Interval
	Kepentingan	1. Mainan yang sering direview Medy Renaldy sangat bagus	Interval

	2. Penyampaian info konten TikTok Medy Renaldy sangat baik	
Opini	1. Setelah menonton TikTok Medy Renaldy ada keinginan untuk membeli mainan tersebut	Interval
	2. Dengan menonton TikTok Medy Renaldy jadi tau info tentang mainan	

### Uji Validitas

Uji Validitas dilaksanakan untuk mengetahui apakah tiap hal dari pertanyaan, serta pernyataan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid atau tidak. Uji validitas setiap butir digunakan untuk menganalisis setiap item untuk menyesuaikan setiap butir melalui nilai total dari jumlah nilai tiap butir (18).

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas untuk mengetahui alat ukur berupa kuesioner untuk mengenali sejauh mana fase konsistensi ataupun keyakinan hasil suatu pengukuran atau sejauh mana pertanyaan bisa dimengerti sampai tidak menimbulkan perbandingan interpretasi dalam menguasai pertanyaan.

Reliabilitas suatu penilaian dipengaruhi karena kesalahan acak (random error) yang ditimbulkan bersifat tidak simetris. Alat uji yang dipakai adalah koefisien reliabilitas Chronbach's Alpha (24).

### Uji Normalitas

Uji normalitas harus memilih hingga tak ada perbedaan distribusi sebaran nilai variabel yang dianalisis antara sampel serta populasi, dengan demikian sebaran nilai variabel pada sampel setara dengan populasi untuk mengikuti asumsi kurve normal (25).

### Teknik Analisis Regresi

Analisis ini untuk mengenali arah ikatan antara variabel independen serta variabel independen berkaitan positif ataupun *negative* serta juga untuk memprediksi nilai dari variabel independen, bilamana variabel independen mengalami peningkatan ataupun penurunan (11).

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu langkah yang sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian, sebab analisa data berfungsi untuk merumuskan hasil suatu penelitian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistic deskriptif peneliti akan menggunakan MS Excell dan SPSS sebagai perangkat analisis data (26)

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Hasil Uji Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini uji statistik memberikan gambaran pada variabel-variabel dengan melihat data maximum, minimum, standar deviasi, dan mean. Hasil uji analisis statistik deskriptif bisa dilihat tabel nomor 1 sebagai berikut:

**Tabel 1.** Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Minat	100	15	31	23,09	3.848
Perilaku hedonisme	100	16	30	23,24	3.178



### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap kedua variabel bisa diamati dalam tabel 2:

**Tabel 2.** Hasil Reliabilitas

No	Variabel	Chronbach's Alpha	Ket
1	Minat	.870	Reliabel
2	Perilaku Hedonisme	.850	Reliabel

Sumber: data diolah menggunakan SPSS Ver.20

Dari hasil uji reliabilitas (tabel 4.2) tersebut dapat menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel atau konsisten, karena mempunyai nilai *Chronbach's Alpha* > 0,197 (24).

### Uji Validitas

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas

Uraian	r	Sig(2-Tailed)	Kesimpulan
<b>Minat</b>			
X1	.250	0,000	Valid
X2	.516	0,000	Valid
X3	.320	0,000	Valid
X4	.247	0,000	Valid
X5	.287	0,000	Valid
X6	.421	0,000	Valid
<b>Perilaku Hedonisme</b>			
Y1	.424	0,000	Valid
Y2	.319	0,000	Valid
Y3	.421	0,000	Valid
Y4	.276	0,000	Valid
Y5	.233	0,000	Valid
Y6	.295	0,000	Valid

#### Minat

Dari tabel 4.3 diketahui sebanyak 6 item pernyataan dinyatakan valid. Artinya, indikator yang ada di dalam variabel X dinyatakan layak untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini

#### Perilaku Hedonisme

Dari tabel nomor 4.3 diketahui sebanyak 6 item pernyataan dinyatakan valid. Artinya, indikator yang ada di dalam variabel Y dinyatakan layak untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini (24).

## Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84360747
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.061
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal  
b. Calculated from data  
c. Lilliefors Significance Correction

Sumber: data diolah menggunakan SPSS Ver.20

Normalitas bisa diketahui dengan menerapkan analisa One-Sample Kolomogrov-Smirnov-Test maka dapat memperoleh angka sebagai berikut:

Dapat diamati bahwa nilai uji probabilitas signifikansi data sebesar 0,200 menunjukkan angka itu lebih diatas dari 0,05, sampai data pada penelitian ini dapat terdistribusi secara normal (20).

## Regresi Linear

Tabel 5. Hasil Regresi Linear

Model		Coefficient <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.705	1.133		6.803	.000
	Minat	.673	.048	.815	13.904	.000

a. Dependent Variabel: Perilaku Hedonisme total

Persamaan linear  $Y = a + b X$ , merupakan hasil persamaan dalam uji koefisensi, dimana diketahui nilai konstanta  $a = 7.705$  dan nilai  $b = 0,673 X$  sehingga persamaan regresi nya adalah  $Y = 7.705 + 0,673 X$

Persamaan linear ( $Y = 7.705 + 0,673 X$ ) hal ini menyatakan bahwa koefisien regresi 0,673 menyatakan bahwa setiap penambahan minat sebesar 0,673 akan meningkatkan perilaku sebesar 7,705 satuan. Dari  $Y = 7.705 + 0,673 X$  diuji apakah memang valid untuk memprediksi variabel dependen, maka dilakukan uji signifikansi membandingkan  $t_{tabel}$  dengan  $t_{hitung}$ .

Diketahui  $t_{hitung} = 6.803$   $t_{tabel} = 1.661$  dengan kata lain  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya hasil menunjukkan signifikan terdapat hubungan minat konten TikTok Medy Renaldy terhadap perilaku hedonisme remaja (10).

#### Uji Anova

**Tabel 6.** Anova

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig
1	Regresion	663.750	1	663.750	193.312	.000 <sup>b</sup>
	Residual	336.490	98	3.434		
	Total	1000.240	99			

Dari tabel nomor 4.6 nilai  $f=193.312$  dengan tingkat probabilitas Sig 0,000 jauh di bawah lebih kecil dari 0,05 maka model regresi tersebut dapat digunakan memprediksi perilaku hedonisme terhadap mainan remaja (20).

#### Uji Hipotesis

**Tabel 7.** Hasil Uji Hipotesis

Coefficient <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.705	1.133		6.803	.000
	Minat	.673	.048	.815	13.904	.000

b. Dependent Variabel: Perilaku Hedonisme total

Ketika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima, berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 12 nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.803 dengan signifikansi 0,00 atau  $< 0,05$  dan  $t_{hitung} 6.803 > 1.661$  dominan lebih besar dari pada  $t_{tabel}$ . Maka dapat diputuskan H1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan ada pengaruh dari minat konten TikTok Medy Renaldy terhadap perilaku hedonisme mainan remaja (11).

#### Koefisiens Determinasi

**Tabel 8.** Koefisiens Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 <sup>a</sup>	.664	.660	1.852

Dari tabel 4.8 Model Summary diperoleh nilai  $R = 0,815$  serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) sejumlah 0,664. Hal ini menunjukkan bahwa minat konten TikTok Medy Renaldy mempengaruhi perilaku hedonisme mainan remaja sejumlah 66,4% , sebaliknya sisa jumlah yang

33,6% yaitu dipengaruhi oleh faktor lain.

#### D. Kesimpulan

Dalam penelitian ini berdasarkan analisis deskriptif pada minat konten Tiktok Medy Renaldy memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap perilaku hedonisme remaja. Bisa diketahui  $t_{hitung}$  yang jumlahnya dominan lebih besar dari  $t_{tabel}$  serta juga diperkuat dengan adanya nilai dari  $R^{square}$  yang menunjukkan minat konten TikTok Medy Renaldy memberikan pengaruh terhadap perilaku hedonisme remaja, dan sisanya dipengaruhi faktor lainnya, yang tidak dikomunikasikan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini memberikan kesimpulan akhir yang diambil dari hasil penelitian dan evaluasi yang dapat dideskripsikan, bahwa *followers* Medy Renaldy berada di frekuensi yang dikategorikan tinggi dalam belanja mainan.

Meskipun dapat dikategorikan intensitas yang tinggi namun berbelanja mainan merupakan fenomena baru di zaman sekarang.

#### Daftar Pustaka

- [1] Alyusi, S. (2016). Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Pada Konten Kreator Irfan Ghafur, Universitas Mulawarman;
- [2] Palinoan, I. Y. (2017). Dampak Tayangan Vlog Di Youtube Terhadap Gaya Hidup Hedonis Siswa Sma Kristen Sunodia. *Ilmu Komunikasi*, 5(2), 215–225. <https://huzenify.blogspot.co.id/2016/03/4-manfaat-youtube-bagi-kehidupan-manusia.html?m=1>;
- [3] Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>;
- [4] David, E., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. VI(1);
- [5] Mustaffa, R. Z. (2020). TikTok Sebagai Konstruksi Identitas Pada Masa Pandemi COVID-19 Di Indonesia. 1(2), 288–289;
- [6] Yuniar Rahmawati, A. (2019). Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad. *Komunikasi*, 1–121. <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/05/18/1337/persentase-panjang-jalan-tol-yang-beroperasi-menurut-operatornya-2014.html>;
- [7] Renata, N. (2019). Representasi Hedonisme Dalam Media Sosial Instagram @Awkarin. *Komunikasi*;
- [8] Riyanto. (2019). Dampak Pemanfaatan Media Sosial Dalam Interaksi Pembelajaran. *Komunikasi*, 5(1), 1–13;
- [9] Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/4319>;
- [10] Simbolon, N. (2014). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar Peserta Didik. *Elementary School Journal Pgsd Fip Unimed*, 1(2), 14–19. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/elementary/article/view/1323>;
- [11] Guspia Ningsih, G. N., Dayyan, M., & Nurjanah, N. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat. *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3(1), 87–110. <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v3i1.1297>;
- [12] Yuliati, L. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Sukuk. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 103. <https://doi.org/10.21580/ws.19.1.214>;

- [13] Cahyono, A. S. (2016). Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. 9(1), 140–157;
- [14] Gustian, R.(2020). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Aplikasi Tokopedia Di Kecamatan Godean, 1-122;
- [15] Pradita, A. (2017). Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat Di Pekanbaru. *Komunikasi*, 4(2), 1–12;
- [16] Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (G. Azmi (ed.));
- [17] Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5. <file:///C:/Users/BAYU/Downloads/Documents/263-760-1-PB.pdf>;
- [18] Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* (Alfabeta (ed.));
- [19] Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>;
- [20] Upabayu, I. P., Mahaputra, R., & Putra, I. W. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 7(2), 139–149. <https://doi.org/10.15294/jda.v7i2.4124>;
- [21] Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di Sbu Laboratory Cibitung Pt Sucofindo (Persero). *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.12777/jati.9.1.1-10>;
- [22] Sopyan. (2015). Analisa Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu). *Universitas Diponegoro Semarang*, 1(1), 62;
- [23] Dhamayanti, M., Rachmawati, A. D., Arisanti, N., Setiawati, E. P., Rusmi, V. K., & Sekarwana, N. (2018). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Skrining Kekerasan terhadap Anak “ICAST-C” versi Bahasa Indonesia. *Jurnal Keperawatan Padjadjaran*, 5(3), 281–289. <https://doi.org/10.24198/jkp.v5i3.650>;
- [24] Basri, A. S. H. (2014). Kecenderungan Internet Addiction Disorder Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Ditinjau Dari Religiositas. *Jurnal Komunikasi Dan Dakwah*, XV(2);
- [25] Santoso, A. (2010). Studi Deskriptif Effect Size Penelitian-Penelitian Di Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma. *Jurnal Penelitian*, 14(1), 1–17.