PENGARUH DAYA TARIK PERSONAL INFLUENCER RANIA YAMIN TERHADAP MINAT BERKAIN DAN KEPERCAYAAN DIRI PADA FOLLOWERS TIKTOK @RANIAAYAMIN

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Skripsi

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh:

Marshella Oktabrina Saputri

(32802100054)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marshella Oktabrina Saputri

NIM : 32802100054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

"PENGARUH DAYA TARIK PERSONAL *INFLUENCER* RANIA YAMIN TERHADAP MINAT BERKAIN DAN KEPERCAYAAN DIRI *FOLLOWERS* TIKTOK @RANIAAYAMIN"

Adalah murni dari hasil penelitian yang saya buat sendiri, bukan hasil jiplakan dari karya orang lain dan juga bukan dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya yang saya tulis terbukti bukan hasil karya saya sendiri atau hasil dari jiplakan dari karya orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya saya dengan seluruh implikasinya, sebagai konsekuensi kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sejujur-jujurnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 5 Juni 2025

Yang menyatakan,

Marshella Oktabrina S.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH DAYA TARIK PERSONAL *INFLUENCER* RANIA YAMIN TERHADAP MINAT BERKAIN DAN KEPERCAYAAN DIRI *FOLLOWERS* TIKTOK @RANIAAYAMIN**

Nama Penyusun : Marshella Oktabrina Saputri

Nim : 32802100054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata-1

Semarang 02 Juni 2025

Penulis

Marshella Oktabrina S.

32802100054

Dosen Pembimbing :

1. Trimanah, S.Sos, M.Si ( )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi

Trimanah, S.Sos.,M.Si.

NIK. 211109008

HALAMAN PENGESAHAN II

Judul Skripsi : **PENGARUH DAYA TARIK PERSONAL *INFLUENCER* RANIA YAMIN TERHADAP MINAT BERKAIN DAN KEPERCAYAAN DIRI *FOLLOWERS* TIKTOK @RANIAAYAMIN**

Nama Penyusun : Marshella Oktabrina Saputri

NIM : 32802100054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata-1

Semarang, 02 Juni 2025

Dosen Penguji:

Ketua Penguji

1. Fikri Shofin Mubarok S.E, M.I.Kom ( )

Anggota Penguji I

1. Trimanah S.Sos, M.Si ( )

Anggota Penguji II

2. Iky Putri Aristhya S.I.Kom, M.I.Kom ( )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Trimanah, S.Sos.,M.Si.

NIK. 211109008

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Judul Skrips : Pengaruh Daya Tarik Personal Influencer Rania Yamin Terhadap Minat Berkain dan Kepercayaan Diri Followers Tiktok @raniaayamin

Nama : Marshella Oktabrina Saputri

NIM : 32802100054

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/ Skripsi dengan judul:

PENGARUH DAYA TARIK PERSONAL INFLUENCER RANIA YAMIN TERHADAP MINAT BERKAIN DAN KEPERCAYAAN DIRI FOLLOWERS TIKTOK @RANIAAYAMIN

Dengan menyetujuinya hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-ekslusif untuk disimpa, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data dan dipublikasikanya di intternet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama peneliti sebagai hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarismme dalam karya ilmiah ini, maka beberapa tuntutan hukum yang timbul akan ditanggung secara prribadi dan dibantu dengan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 5 Juni 2025

Yang menyatakan,

Marshella Oktabrina S.

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK PERSONAL INFLUENCER RANIA YAMIN TERHADAP MINAT BERKAIN DAN KEPERCAYAAN DIRI PADA FOLLOWERS TIKTOK @RANIAAYAMIN

Marshella Oktabrina Saputri

32802100054

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya preferensi dan cara berpakaian masyarakat saat ini yang perlahan mulai banyak dipengaruhi oleh dominasi budaya barat sehingga terjadi penurunan eksistensi kain tradisional sebagai identitas budaya Indonesia. Rania Maheswari Yamin hadir sebagai salah satu *fashion influencer* yang membagikan konten berkain melalui akun media sosial Tiktok @raniaayamin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik *influencer* Rania Yamin terhadap minat berkain dan kepercayaan diri *followers* Tiktok @raniaayamin. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu *rethorica theory*. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan paradigma *positivisme*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik *probability sampling* kepada 100 responden yang merupakan *followers* Tiktok @raniaayamin. Uji perhitungan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi liner sederhana dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Versi 27 untuk menguji data statistik.

Hasil uji validitas dan reabilitas seluruh item kuesioner menunjukan bahwa semua item dinyatakan valid dan reliabel. Hasil uji analisis regresi linear sederhana menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada penelitian ini menujukan bahwa 41% minat berkain dipengaruhi oleh daya tarik *Influencer*. sedangkan sisa sebanyak 59%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dan 30,1% kepercayaan diri dipengaruhi oleh daya tarik *influencer* sedangkan sisa sebanyak 69,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Kemudian hasil uji T menunjukan bahwa variabel daya tarik *Influencer* secara signifikan berpengaruh positif pada minat berkain dan kepercayaan diri. Hasil penelitian menunjukan bahwa teori retorika terbukti relevan karena mampu menjelaskan bahwa semakin tinggi daya tarik *influencer*, maka akan semakin besar juga minat berkain dan kepercayaan diri *followers* Tiktok @raniaayamin. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukan bahwa daya tarik *influencer* Rania Yamin berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkain dan kepercayaan diri *followers* @raniaayamin.

Kata Kunci : Daya Tarik *Influencer*, Minat Berkain, Kepercayaaan Diri

ABSTRACT

THE EFFECT OF PERSONAL ATTRACTIVENESS OF INFLUENCER RANIA YAMIN ON INTEREST IN FABRIC AND SELF-CONFIDENCE TIKTOK FOLLOWERS OF @RANIAAYAMIN

Marshella Oktabrina Saputri

32802100054

This research is motivated by the preferences and way of dressing of today's people which are slowly starting to be influenced by the dominance of western culture which has influenced the decline in the existence of traditional cloth as Indonesia's cultural identity. Rania Maheswari Yamin is present as a fashion influencer who shares fabric content via the Tiktok social media account @raniaayamin. This research aims to find out how much influence the attractiveness of influencer Rania Yamin has on the interest in clothing and self-confidence of TikTok followers @raniaayamin. The theory used in this research is rhetorical theory. The type of research carried out was explanatory quantitative using a positivism paradigm. Data collection was carried out using a probability sampling technique for 100 respondents who were followers of Tiktok @raniaayamin. The calculation test in this study used simple linear regression analysis with the help of the IBM SPSS Version 27 application to test statistical data.

The results of the validity and reliability test of all questionnaire items show that all items are declared valid and reliable. The results of the Simple Linear Regression analysis test show that there is a significant influence in this research showing that 41% of interest in clothing is influenced by the attractiveness of Influencers. while the remaining 59% was influenced by other factors not researched and 30.1% of self-confidence was influenced by the attractiveness of the influencer while the remaining 69.9% was influenced by other factors not researched. Then the results of the T test show that the Influencer attractiveness variable has a significantly positive effect on interest in clothing and self-confidence. The research results show that rhetoric theory is proven to be relevant because it is able to explain that the higher the influencer's attractiveness, the greater the interest in clothing and self-confidence of @raniaayamin's Tiktok followers. The conclusion of this research shows that the attractiveness of influencer Rania Yamin has a positive and significant effect on the interest in clothing and self-confidence of @raniaayamin followers.

Keywords: Influencer Attraction, Interest in Fabric, Self-Confidence

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

”Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah:5-6)

لَا يُكَلِّفُ اللهُ نَفْسًا اِلَّا وُسْعَهَاۗ

”Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya.”

Berhenti bercita-cita adalah tragedi terbesar dalam hidup manusia

— Andrea Hirata

But,If you never try you never know — Coldplay

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ibu, Ikhtiyarina

Terimakasih banyak, untuk segala yang diusahakan,
Terimakasih sudah selalu menemani dengan
do'a yang terus mengalir di perjalanan putri kecilmu

Bapak, Akhwanto

Terimakasih karena selalu mengajarkan untuk kuat
dan tidak mengeluh di keadaan yang sulit
Terimakasih sudah selalu mengusahakan dan
memberikan segalanya untuk putri kecilmu.

Mas, Hendra & David

Terimakasih sudah selalu menemani perjalanan adik kecilmu,
tanpa dukungan kalian mungkin aku masih
menjadi anak kecil yang merengek di kamar.

Terimakasih kepada diriku,

Untuk kuatmu yang tidak pernah dibagi,
Terimakasih untuk tidak pernah berhenti berjuang
mengusahakan segala hal yang lebih baik dari hari kemarin,
gigihmu selalu aku ingat sampai hari ini.

KATA PENGANTAR

Assalammualikum, Wr.Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya yang telah diberikan kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan kasih-Nya, menuntun penulis dengan memberikan pemahaman yang luas untuk menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Daya Tarik *Influencer* Rania Yamin terhadap Minat Berkain dan Kepercayaan Diri *Followers Tiktok* @raniaayamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan moral dan material dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan do'a dalam penyusunan skripsi ini:

1. Allah SWT, yang selalu membersamai setiap langkah penulis. Tanpa ridho dan pertolongan-Nya penulsi tidak akan berdiri di titik ini.
2. Kepada ibuku surgaku dan jantung hati penulis Ibu Ikhtiyarina. Terimakasih atas segala hal yang diusahakan untuk putri kecilmu diatas dirimu sendiri. Terimakasih atas keringat yang enggkau keluarkan, dan kasih sayang yang selalu tulus. Bahkan saat orang diluar sana meragukan penulis, namun kau selalu percaya bahwa penulis mampu. Ibu, dibalik suaramu yang selalu terdengar tenang ada banyak kekhawatiran yang kau simpan sendiri. Terimakasih selalu memberikan ruang ternyaman bagi penulis. Skripsi ini kupersembahkan pertama untukmu, Ibu. Semoga Allah SWT selalu menjagamu dan menemani peulis sampai nanti.

3. Kepada Bapak cinta pertama, dan jantung hati penulis Bapak Akhwanto. Terimakasih atas kuat yang selalu diajarkan untuk bekal putri kecilmu tumbuh menjadi perempuan yang selalu mengusahakan semuanya sendiri. Terimakasih atas pengorbanan dan kasih sayang yang tulus kepada penulis. Tanpamu, mungkin saat ini penulis tidak akan menjadi anak yang kuat dan gigih meraih mimpi. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan yang melimpa untukmu. Kelak pasti putri bungsumu akan membuatku tersenyum bangga.
4. Kepada Mbah Uti Haryati (Alm) yang telah menjadi tempat ternyaman penulis sejak kecil. Terimakasih selalu mengajarkan menjadi manusia yang penyabar dan selalu menerima baik dan buruk keadaan. Genggaman tanganmu selalu kurasakan sampai sekarang, meskipun engkau telah tiada. Kasih sayang serta do'amu tetap mengiringi langkah cucu putri kecilmu. Semoga diatas sana engkau bangga kepada penulis dan Allah SWT memberikan surga dan temppat ternayaman disi-Nya.
5. Kepada abangku tercinta, Mahendra Herlambang dan David Romadhona. Terimakasih telah membersamai penulis dari kecil hingga menginjak dewasa. Terimakasih selalu mendukung adik bungsumu hingga menyelesaikan studi. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan dan keberkahan yang melimpah untuk kalian.
6. Kepada kakak perempuanku, Kiki Widyasari dan Lintang Firdaus. Terimakasih telah menyempurnakan keluarga kami. Terimakasih atas segala dukungan dan do'a hingga penulis dapat menyelesaikan studi hingga akhir.

Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan dan keberkahan yang melimpah untuk kalian.

7. Adik pertamaku, Al-Khafi Atqarendra Herlambang. Terimakasih telah hadir dan memberi semangat baru bagi penulis. Tawa dan tumbuhmu menjadi hal yang paling dirindukan penulis agar segera menyelesaikan studi hingga akhir. Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindunganya dan bahagia selalu mengiri di setiap langkahmu.
8. Ibu Trimanah, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, sekaligus menjadi dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran dan arahannya serta bersedia meluangkan waktu untuk proses penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak Fikri Shofin M, SE, M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
10. Ibu Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.Si., M.I.Kom selaku dosen wali terimakasih atas kebaikan dan arahannya.
11. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
12. Kepada sahabat penulis, Min Min Khati Dzilkaromah dan Anni Novianti. Terimakasih telah menjadi tempat pulang dan memberi ruang ternayaman bagi penulis. Tanpa do'a dan dukungan kalian penulis mungkin tidak akan percaya terhadap dirinya sendiri dan berada di titik ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan dan keberkahan yang melimpah.

13. Kepada sahabat penulis, Vivi. Terimakasih telah memberikan ruang nyaman bagi penulis di perantauan. Sesama perempuan berjiwa kecil dikeluarga yang berusaha mampu berdiri, dikakinya sendiri. Hadirmu bukan sekedar teman bagi penulis, namun seperti saudara tak sedarah yang selalu menguatkan meskipun sama-sama rapuh. Berbahagialah untuk dirimu sendiri yaa, Vi. Selamat berkelana, *I'll support and pray for you from afar*!
14. Kepada sahabat penulis, Tika Amalia. Terimakasih telah membersamai penulis berproses dari sejak kecil hingga sama-sama menikmati manis dan pahitnya kehidupan dewasa. Terimakasih telah menjadi ruang ternyaman di masa-masa kehidupan rantau penulis. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan dan keberkahan yang melimpah.
15. Kepada sahabat penulis, Fania Khalda — Terimakasih telah menjadi kakak perempuan yang tak sedarah, Reihan Yudistya — Terimakasih telah menjadi ruang nyaman penulis berkeluh kesah, Mas Dhani — Terimakasih telah memberi canda dan tawa bagi penulis.
16. Kepada sahabat penulis, Adwel—Terimakasih untuk kata-kata penuh makna yang diberikan kepada penulis serta menjadi ruang nyaman bagi penulis, Irun—Terimakasih untuk nasihat yang selalu diberikan kepada penulis, Dila—Terimakasih untuk canda tawamu yang memberi warna bagi penulis, Dhani—Terimakasih untuk kebaikan yang tulus kepada penulis, Isma—Terimakasih untuk tawa yang dibagikan kepada penulis, Shita—Terimakasih telah menjadi teman penulis dari semenjak menjadi mahasiswa baru.

17. Kepada sahabat penulis : Burhan, Hanan, Isal. Terimakasih sudah menjadi teman sepermainan dan memberi warna baru bagi penulis, semoga kita kelak bisa bersua kembali di kebetulan manapun.
18. Kepada Kak Lulu, Alda, Joseph, dan Teman-teman Semua Bisa Belajar. Terimakasih telah memberikan ruang tumbuh dan memori yang berharga bagi penulis. Semoga waktu cepat memberi kesempatan kami untuk bersua.
19. Terimakasih untuk seluruh responden penelitian yang telah berkenan membantu dan terlibat dalam penelitian ini, tanpa kalian skripsi ini tak terselesaikan.
20. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang memberikan do'a dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung.
21. Dan yang terakhir, Terimakasih kepada perempuan bertangan kecil namun memiliki impian besar yang terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu diriku sendiri. Terimakasih telah berusaha untuk kuat diatas kakimu sendiri, dan kuatmu yang tidak pernah dibagi. Bahkan disaat banyak hal yang membuatmu ingin menyerah dengan keadaan, namun kamu mampu menyelesaikan studi sampai selesai. Berbahagialah untuk dirimu sendiri ya. *You're doing great for survivng this far*!

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN PENGESAHAN II iv

ABSTRAK v

MOTTO vii

HALAMAN PERSEMBAHAN viii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI xiv

DAFTAR LAMPIRAN xxi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Signifikasi Penelitian 11

1.4.1 Manfaat Teoritis 11

1.4.2 Manfaat Praktis 11

1.4.3 Manfaat Sosial 12

1.5 Kerangka Teori 12

1.5.1 Paradigma Penelitian 12

1.5.2 State Of The Art 14

1.5.3 Teori Penelitian 18

1.5.4 Teori Retorika 18
1.5.5 Kerangka Empiris Penelitian 21
1.6 Hipotesis Penelitian 22
1.7 Definisi Konseptual 22
1.7.1 Variabel Bebas (Variabel Independen) 23
1.7.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen) 23
1.8 Definisi Operasional 24
1.8.1 Variabel X1: Daya Tarik Personal Influencer 25
1.8.2 Variabel (Y1): Minat Berkain 25
1.8.3 Variabel (Y2): Kepercayaan diri (*self confidence*) 26
1.9 Metode Penelitian 27
1.9.1 Jenis Penelitian 27
1.9.2 Subjek dan Objek Penelitian 28
1.9.3 Subjek Penelitian 28
1.9.4 Sumber Data 28
1.9.5 Populasi dan Sampel 29
1.9.6 Teknik Sampling 31
1.9.7 Metode Pengambilan Data 31
1.9.8 Analisis Data 32
1.9.9 Pengujian Hipotesis 36
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 37
2.1 Gambaran Umum Rania Yamin 37
2.1.1 Profil Rania Yamin 37

2.2 Media Sosial Rania Yamin 39
2.2.1 Tiktok @raniaayamin 39
2.2.2 Instagram @raniaayamin 42
2.3 Gambaran Umum Followers Tiktok @raniaayamin 43
2.3.1 Demografi 43
2.3.2 Minat dan Hobi 43
2.3.3 Engagement 44
BAB III TEMUAN PENELITIAN 45
3.1 Karakteristik Responden 45
3.2 Deskripsi Variabel Penelitian 47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 71
4.1 Uji Validitas 71
4.2 Uji Reliabilitas 73
4.3 Uji Asumsi Klasik 75
4.3.1 Uji Normalitas 75
4.3.2 Uji Multikolinearitas 77
4.3.3 Uji Heteroskeditas 78
4.4 Pengujian Hipotesis 79
4.4.1 Analisis Regresi Linear Sederhana 79
4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi 81
4.4.3 Hasil Uji T (Parsial) 82
4.5 Pembahasan (Analisis Temuan Berdasarkan Teori) 84

4.5.1 Pengaruh Daya Tarik Influencer (X) Terhadap Minat Berkain (Y1)..... 86
4.5.2 Pengaruh Daya Tarik Influencer (X) Terhadap Kepercayaan Diri (Y2)..... 87
BAB V PENUTUP..... 88
5.1 Kesimpulan..... 88
5.2 Keterbatasan Penelitian..... 90
5.3 Saran..... 91
DAFTAR PUSTAKA..... 92
LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 98

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 State Of The Art 14

Tabel 1.2 Penilaian Skala Likert 32

Tabel 3. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 46

Tabel 3.2 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Usia 46

Tabel 3.3 Deskripsi Variabel XI Pertanyaan 1 47

Tabel 3.4 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 2 48

Tabel 3.5 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 3 49

Tabel 3.6 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 4 50

Tabel 3.7 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 5 51

Tabel 3.8 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 6 52

Tabel 3.9 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 7 53

Tabel 3.10 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 8 54

Tabel 3.11 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 9 55

Tabel 3.12 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 10 56

Tabel 3.13 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 11 57

Tabel 3.14 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 12 58

Tabel 3.15 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 13 59

Tabel 3.16 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 14 60

Tabel 3.17 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 15 61

Tabel 3.18 Deskripsi Variabel Y1 Pertanyaan 1 61

Tabel 3.19 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 2 62

Tabel 3.20 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 3 64
Tabel 3.21 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 3 65
Tabel 3.22 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 4 66
Tabel 3.23 Deskripsi Variabel Y2 Pertanyaan 1 67
Tabel 3.24 Deskripsi Variabel Y2 Pertanyaan 2 68
Tabel 3.25 Deskripsi Variabel Y2 Pertanyaan 3 69
Tabel 3.26 Deskripsi Variabel Y2 Pertanyaan 4 70
Tabel 4. 1 Uji Validitas.....71
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas 74
Tabel 4.3 Uji Normalitas Kolmogorov-Simrnov X dan Y1 75
Tabel 4.4 Uji Normalitas Kolmogorov-Simrnov X dan Y2 76
Tabel 4.5 Multikolinearitas X dan Y1 77
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas X dan Y2 77
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas X dan Y1 78
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas X dan Y2 79
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X) Terhadap Minat Berkain (Y1).....79
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X) Terhadap Kepercayaan Diri (Y2).....80
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Daya Tarik Infleuncer (X).....81
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Daya Tarik Influencer (X).....82
Tabel 4.13 Hasil Uji T Variabel Daya Tarik Influencer (X).....83
Tabel 4. 14 Hasil Uji T Variabel Daya Tarik Influencer (X).....83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Dengan Jumlah Pengguna Aktif Tiktok 2023 6

Gambar 1.2 Content di Akun Tiktok @raniaayamin..... 8

Gambar 1.3 Comment Section di Akun Tiktok @raniaayamin..... 9

Gambar 1.4 Comment Section di Akun Tiktok @raniaayamin..... 9

Gambar 1.5 Logika berfikir deduktif 13

Gambar 1. 6 Kerangka Empiris Penelitian..... 21

Gambar 2. 1 Instagram @raniaayamin..... 38

Gambar 2.2 Instagram @raniaayamin..... 39

Gambar 2.3 Akun Tiktok @raniaayamin 40

Gambar 2.4 Akun Tiktok @raniaayamin 41

Gambar 2.5 Akun Tiktok @raniaayamin 41

Gambar 2.6 Akun Tiktok @raniaayamin 42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks Kuesioner 98

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian..... 103

Lampiran 3. Data Responden..... 107

Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner 110

Lampiran 5. Validitas X1 119

Lampiran 6. Validitas Y1 120

Lampiran 7. Validitas Y2 121

Lampiran 8. Dokumentasi..... 122

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keragaman budaya merupakan salah satu identitas bangsa Indonesia. Hal ini dibuktikan dari adanya sekitar tiga ratus kelompok etnis disetiap kelompok mempunyai warisan budaya yang berkembang dari tahun ketahun (Ramadhanty et al., 2023). Keanekaragaman budaya ini berasal dari letak geografis dan latar belakang budaya tradisional Indonesia yang masing-masingnya memiliki makna simbolis, falsafah, estetika, dan fungsi sosial (Mangiring, 2023). Kekayaan budaya ini tidak hanya menjadi kebanggaan, tetapi menjadi potensi besar dalam memperkuat identitas ditengah dinamika budaya barat.

Indonesia dengan keanekaragaman budayanya menjadi elemen penting dalam pembentukan jati diri bangsa. Namun, pada realitanya terdapat tren lunturnya kebudayaan di tengah arus modernisasi dan globalisasi (Nurhasanah et al., 2021). Kondisi ini memperlihatkan budaya asing masuk dengan cepat melalui berbagai saluran komunikasi yang mempengaruhi perubahan masyarakat yang cenderung melupakan dan meninggalkan nilai-nilai tradisional serta warisan budaya. Hal ini dilihat dari gaya busana anak muda yang cenderung menganut model budaya Barat, Eropa, dan Asia khususnya Jepang dan Korea (Aris et al., 2023).

Abdul Aziz Ketua Koalisi Seni Indonesia menyatakan dari sekian strategi pelestarian yang dibangun dan dikembangkan masih memperlihatkan kegagapan Indonesia dalam menghadapi tekanan dan perubahan dari dalam maupun luar (Rachmawati & Aji, 2023). Meskipun kain tradisional diangggap sebagai warisan budaya, tidak dapat dipungkiri pengetahuan mengenai kain tradisional minim salah satunya adalah ketidakminatan anak muda terhadap kain tradisional.

Masyarakat Indonesia saat ini dihadapkan beberapa tantangan dalam pelestarian kain tradisional. Salah satunya masih adanya anggapan bahwa kain tradisional terkesan kuno. Hal ini juga dijelaskan bahwa terjadinya pengabaian generasi saat ini terhadap tradisi lokal secara umum disebabkan: tampak kuno atau tidak menarik, harga yang relatif mahal dibanding produk modern, tidak praktis, kurangnya pengenalan produk lokal pada ruang publik, dan kurangnya perhatian masyarakat pada keberlangsungan pengrajin kain (Trismaya, 2021).

Menurut Wicaksono, perkembangan gaya berpakaian *Korean Wave* sangat mempengaruhi anak muda saat ini (Wicaksono & Maryana, 2021). Gaya berpakain *Korean Wave* saat ini pada kecepatan yang tidak dapat ditandingi (Nurcaya, 2021). Beberapa anak muda menganggap ketika mereka menyerap budaya barat akan menjadi lebih modern dan progresif (Aris et al., 2023). Presepsi ini memperlihatkan bagaimana budaya barat membentuk cara pandang anak muda dalam melihat identitas budaya mereka sendiri salah satunya pada kain tradisional.

Beberapa penelitian yang menunjukan adanya penurunan minat generasi muda terhadap penggunaan kain tradisional di Indonesia. Misalnya, penelitian Universitas Negeri Makasar tentang "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengrajin Dalam Menenun Sarung sutra Lipa' Sa'be Khas Mandar Di Desa Samasundu Kecamatan Limboro Kabupaten Polewali Manda*", yang menemukan faktor utama berkurangnya pengrajin kain sarung sutra Mandar adalah adanya penurunan minat anak muda dalam menggunakan, melestarikan dan meneruskan budaya tradisional. (Rachmawati & Aji, 2023). Minimnya pengetahuan mengenai kain tradiisonal di Indonesia berdampak pada menurunnya minat serta permintaan produksi kain tradisional

Influencer, celebrity, dan platform social media menjadi peran terbentuknya tren *fashion* pada masyarakat saat ini (Aris et al., 2023). Hal ini menjadi alasan *Influencer* memiliki kemampuan dalam membangun kembali tren berkain yang mulai terkikis oleh budaya barat yang masuk di Indonesia. *Influencer* menjadi peran yang mampu menyebarluaskan warisan budaya pada kalangan anak muda terkhusus pada pengikutnya.

Menurut Lee & Ahn (2018) *Influencer* merupakan individu yang menyalurkan konten dan dikonsumsi media di dunia digital, individu yang memiliki pengikut setia, dan mendistribusikan pesan langsung melalui platform mereka. Saat ini, *Influencer* menjadi tokoh yang berperan dalam mempengaruhi baik produk maupun jasa, termasuk pada bidang *fashion*.

Fashion influencer merupakan dengan jumlah pengikut yang besar pada media sosial khususnya fokus pada konten seputar dunia *fashion*. *Fashion* merupakan sarana komunikasi yang membantu mencerminkan identitas para pengikutnya. Pakaian merupakan bentuk pemisahan dan simbolisme (Pujiastuti, 2021). Sebagai sebuah kebudayaan yang bersifat dinamis, tren fashion selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Salah satunya adalah penggunaan kain tradisional atau berkain. Penggunaan kain tradisional mengalami modernisasi oleh Fashion Influencer sebagai peran yang mempengaruhi di berbagai aspek kehidupan khalayak dengan beberapa faktor tertentu.

Daya tarik menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan pada fenomena tersebut, dimana seorang *Influencer* memiliki kemampuan dalam mempengaruhi *audience* terhadap penggunaan produk. Daya tarik yang dimiliki influencer menjadi faktor dalam perubahan konsumsi publik dan pengikutnya. Pengikut cenderung meniru perilaku, rutinitas, minat, atau preferensi *Influencer* jika dianggap mereka menarik (Anggun Putri Nursetyowati et al., 2023).

Minat merupakan sikap yang muncul melalui reaksi, perilaku ini dapat berbentuk perilaku umum maupun tidak umum, diterima ataupun tidak diterima (Rianto, 2021). Minat merupakan perilaku dari hasil influencer dalam mempengaruhi pengikutnnya. Pesan yang disampaikan komunikator menimbulkan respon minat melakukan sesuatu dari komunikan atau penerima pesan.

Kepercayaan diri merupakan kemampuan individu dalam membangun penilaian positif terhadap lingkungannya dan memungkinkan seseorang lebih nyaman dalam situasi apapun (Anggun Putri Nursetyowati et al., 2023). *Influencer* menjadi peran dalam pembentukan kepercayaan diri sebagai bagian dari diri seseorang. Hal ini merupakan fenomena *empiric* dan realitas dimana individu dapat mempengaruhi *self image* (citra diri) pada bagian diri individu yang lain (Dila Putri Fatharani & Dian Widya Putri, 2023).

Bryant & Zillmann (2002, hlm.45) menegaskan bahwa media memiliki dampak yang signifikan terhadap pikiran, perasaan, dan perilaku khalayak terlebih pada media sosial. Hal ini memberikan bukti bahwa media memiliki peran dalam membentuk kepercayaan diri *(self confidence)* individu pada penampilannya.

Media sosial membawa pengaruh perubahan yang signifikan dari fenomena sosial salah satunya pada tren *fashion*. Tiktok menjadi salah satu aplikasi paling banyak digunakan dalam aktivitas sehari-hari mereka. Aplikasi Tiktok menjadi primadona media sosial bagi generasi muda saat ini dalam membagikan berbagai konten. Hal ini terbukti dari data pengguna aktif paling banyak di Dunia pada tahun 2023 berdasarkan dari databoks:

Gambar 1. 1 Negara Dengan Jumlah Pengguna Aktif Tiktok 2023

(Sumber: We Are Social 2023)

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa Tiktok merupakan salah satu aplikasi dengan jumlah pengguna terbanyak secara global yaitu 106,52 juta di bulan Oktober 2023 ini. Indonesia menempati posisi kedua sebagai negara dengan jumlah pengguna Tiktok terbanyak setelah Amerika Serikat. Hal ini memberikan gambaran bahwa Tiktok menjadi salah satu aplikasi yang paling berpengaruh pada berbagai aspek di Indonesia.

Salah satu *fashion influencer* di Tiktok yang aktif menyuarakan dan membangun kembali pemakaian kain tradisional di kalangan muda yaitu Rania Yamin. Rania Yamin adalah *social media influencer* yang memiliki ciri khas gaya busana yang mempadupadankan kain tradisional dengan busana yang dipakai sehari-hari. Sikap Rania Yamin tersebut ditujukan untuk menyalurkan energi pada generasi muda untuk lebih bangga terhadap warisan budaya sendiri.

Gaya berkain Rania Yamin didukung dengan latar belakangnya sebagai salah satu keturunan Kerajaan Mangkunegaraan. Hal ini menjadi latar belakang Rania Yamin yang menarik bagi pengikutnya. Rania tidak hanya memakai kain tradisional di Istana Mangkunegaraan, namun juga menggunakan kain di kehidupan sehari-hari di luar Istana. Hal ini ditujukan Rania sebagai rasa cintanya terhadap budaya Indonesia melalui pakaian yang ia gunakan.

Rania Yamin merupakan *social media influencer* yang memiliki kepercayaan diri tinggi dalam membagikan keunikan busananya yakni mengenakan balutan kain nusantara. Hal itu ditunjukan Rania pada bagaimana cara ia mempadupadankan kain tradisional ditengah maraknya model berpakaian Barat, Eropa, dan Asia, khususnya Jepang dan Korea yang mendominasi kalangan muda saat ini (Aris et al., 2023).

Kepercayaan diri (*Self-confidence*) yang ditunjukan melalui balutan kain tradisional menjadi salah satu alasan nama Rania Yamin dikenal sebagai ikon busana kain tradisional saat ini. Selain itu, rasa percaya diri yang disalurkan melalui konten yang dibagikan membuat pengikutnya menjadikan Rania Yamin sebagai kiblat busana kain tradisional.

Sikap Rania Yamin sebagai *fashion influencer* pada kain tradisional khususnya budaya Jawa menerima respon yang positif dari pengguna media sosial salah satunya pada Tiktok. Respon ini ini dilihat dari jumlah pengikut Rania Yamin yang mencapai 569 ribu *followers* hingga bulan Juni 2024 pada akun media sosial Tiktok. Konten yang dibagiakan oleh Rania menjadi sorotan publik dan kerap dijadikan *outfit inspired* bagi beberapa pengikut Rania Yamin

di akun Tiktok mereka. Dimana konten Rania Yamin menggunakan busana berkain mencapai 21,1 Juta likes dari 86 postingan hingga bulan Juni 2024, yang mana ini merupakan bukti dari banyaknya respon positif dari pengikut Rania Yamin pada Tiktok.

Konten-konten berkain yang dibagikan Rania Yamin di Tiktok berhasil memberi perhatian banyak orang terutama pada pengikutnya. Konten yang dibagikan tersebut selalu memperlihatkan bagaimana Rania Yamin mempadupadankan kain tradisional dengan gaya busana anak muda sehingga menjadi terkesan elegan dan unik.

Gambar 1.2 Content di Akun Tiktok @raniaayamin

(Sumber: Akun Tiktok @raniaayamin)

Konten berkain yang dibagikan Rania banyak membuat inspirasi baru anak muda dalam memakai kain tradisional. Respon ini diberikan dengan konten yang dibagikan pengikutnya yang sebagian ikut percaya diri memakai balutan kain nusantara. Kepercayaan diri menggunakan kembali kain tradisional saat

ini ditunjukan *followers* Rania Yamin pada beberapa *comment section* pada postingan yang dibagikan di akun Tiktoknya.

Gambar 1.3 *Comment Section* di Akun Tiktok @raniaayamin

Namun, pada realitanya ada beberapa anak muda yang menganggap penggunaan kain adalah sesuatu yang dianggap kuno dan tua. hal itu, ditunjukan dari beberapa *comment section* pada postingan Tiktok @raniaayamin tentang bagaimana Rania berhasil memberi inspirasi tanpa mengadopsi minatnya dalam menggunakan kain.

Gambar 1.4 *Comment Section* di Akun Tiktok @raniaayamin

Fenomena di atas menunjukkan bahwa Rania Yamin menciptakan perpaduan kain tradisional dengan gaya modern yang menarik perhatian generasi muda. Namun, dalam penerapannya sebagian besar anak muda hanya sebatas terinspirasi tanpa benar-benar mengadopsi gaya berkain Rania, karena

stigma bahwa kain tradisional terkesan kuno dan tua masih melekat kuat di kalangan mereka. Akibatnya, hal ini berdampak pada minat dan kepercayaan diri anak muda khususnya pada pengikut Rania Yamin dalam mengenakan kain tradisional di aktivitas sehari-hari.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai seberapa besar pengaruh *social media influencer* Rania Yamin terhadap minat berkain dan kepercayaan diri pada followersnya yang dituangkan dalam judul "Pengaruh Daya Tarik Personal Influencer Rania Yamin Terhadap Minat Berkain dan Kepercayaan Diri Pada *Followers* Tiktok @raniaayamin".

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana pengaruh daya tarik personal *influencer* Rania Yamin terhadap minat berkain pada *followers* Tiktok @raniaayamin?
2. Bagaimana pengaruh daya tarik personal *influencer* Rania Yamin terhadap kepercayaan diri pada *followers* Tiktok @raniaayamin?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik personal *influencer* Rania Yamin terhadap minat berkain pada *followers* Tiktok @raniaayamin.

2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik personal *influencer* Rania Yamin terhadap kepercayaan diri pada *followers* Tiktok @raniaayamin.

1.4 Signifikasi Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik secara teoritis, praktis, maupun akademis, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini mmengadopsi *Rethorica Theory* sebagai kerangka analisis. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan pemahaman mengenai hubungan antara teori tersebut dengan pengaruh *Influencer* pada minat berkain dan kepercayaan diri.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis guna memberikan pemahaman terhadap budaya berkain pada generasi saat ini dengan hubungan antara *social media influencer* dengan *followers.*

a. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat dengan menjadikan warisan budaya kain yang harus dijaga dan dilestarikan sebagai gaya berpakaian. Selain ittu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber ilmu bagi generasi penerus bangsa dalam menumbuhkan rasa bangga pada kain tradisional.

b. Generasi Muda

Manfaat penelitian ini diharapkan mampuu meningkatkan rasa bangga kalangan muda pada warisan penggunaan kain sebagai sarana berpakaian sehari-hari. Penelitian ini menunjukan bahwa pemakaian kain tradisional tidak selamanya tertinggal dari modernisasi dan menjadi tren gaya busana masa kini.

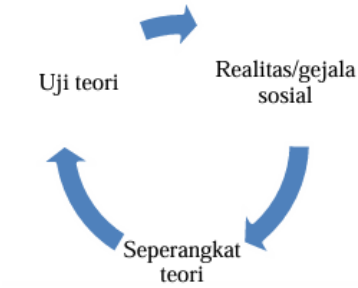
1.4.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca untuk meningkatkan kesadaran pentingnya mempertahankan budaya kain tradisional sebagai bentuk rasa bangga dan cinta terhadap budaya tradisional Indonesia.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, diterapkan paradigma penelitian positivisme. Paradigma positivisme merupakan pendekatan terstruktur, yang mengintegrasikan penalaran deduktif dengan pengamatan empiris terhadap perilaku individu (Zahra et al., 2024). Pendekatan ini beranggapan bahwa realitas sosial merupakan fenomena yang nyata atau kongret, yang dapat diamati dan diukur dengan ketelitian yang tinggi.



Gambar 1.5 Logika berfikir deduktif

(Sumber: Buku Metode Penelitian Komunikasi, Yulia R)

Paradigma positivisme melihat adanya realitas sebagai entitas objektif dan tunggal. Paradigma ini biasa disebut paradigma eksperimental, paradigma empiris, dan menggunakan pengujian teori melalui prosedur statistik untuk menugukr beberapa variabel dalam penelitian (Yuliana Rakhawati, 2015).

Paradigma *positivism* diterapkan dalam metode penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini memanfaatkan data yang diperoleh melalui instrumen penelitian dan melakukan analisis terhadap data melalui pendekatan statistik. Paradigma positivisme dipilih dalam penelitian ini karane apenliti ingin mengetahui pengaruh daya tarik Influencer Rania Yamin terhadap minat berkain dan kepercayaan diri pada *followers* Tiktok @raniaayamin dengan melakukan eksplorasi mengenai hubungan antar variabel.

1.5.2 State Of The Art

Penelitian sebelumnya berperan sebagai sumber literatur yang dapat memperkaya teori dan pembahasan peneliti dalam kajian ini.. Sehingga, referensi tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap analisis pada penelitian ini.

Tabel 1. 1 State Of The Art

No	Judul Penelitian	Nama	Bentuk Publikasi	Hasil Penelitian
1	Kampanye #Berkaingembira dalam membangun kesadaran generasi Z akan budaya berkain.	Putu Cemerlang Santiyuda, Ni Luh Ramaswati Purnawan, Ni Made Ras Amanda Gelgel	Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 12 Nomor 1, Januari 2023	Hasil penelitian kampanye #Berkaingembira berhasil membangun kesadaran generasi Z akan budaya berkain melalui media sosial. Melalui kolaborasi dengan public figure dan influencer kampanye ini menggunakan pendekatan two-step flow.

2	Pengaruh Konten Akun Instagram @swaragembira terhadap Minat Berkain Followers	Faizal Khosi Absullah, Dewi Sri Andika Rusmana, Teguh Priyo Sadono	Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 1 Nomor 1, Januari 2023	Hasil penelitian menunjukan bahwa konten akun Intagram @swaragembira memiliki pengaruh yang sedang terhadapp minat berkain followersnya. Hasil uji korelasi dan koefisien determinasi menunjukan pengaruh minat berkain sebesar 16,7% dan variabel minat berkain hasilnya lebih dari 55% responden setuju dan 20% sangat setuju.

	Pengaruh Fashion Influencer Thrift @rayiputra26 terhadap Gaya Busana Followers Instagram @rayiputra26	Dila Putri Fatharani, Dian Widya Putri	Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 3 Nomor 1, Juli 2023	Hasil penelitian menunjukan adanya signifikasi gaya buaya followers Instagram @rayiputra26. hasil uji reabilitas variabel x menunjukan reabilitas tinggi mencapai 0,785. nilai expertise memperoleh korelasi sangat rendah dan @rayiputra26 memiliki kekurangan dalam konten yang diberikan. nilai attractiveness memberikan hasil sedang yaitu pada daya tarik @rayiputra26 yang tidak memiliki

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

				hubungan pada keahlian bidang thrifting. lalu nilai respect memperoleh korelasi rendah karena followers @rayiputra26 yang tidak terlalu memberikan apresiasi.

Dari *state of the art,* penelitian ini tidak jauh berbeda untuk meneliti mengenai bagaiamana peran *influencer* dan kampanye mampu membangun kembali budaya bepakaian berkain setelah banyaknya budaya barat yang masuk di era globalisasi. Namun, perbedaan dari penelitian ini yaitu menggunakan objek penelitian salah satu *Fashion Influencer* Rania Yamin dan subjek penelitian yang dilakukan pada *followers* Tiktok @raniaayamin. Serta perbedaan pada variabel Y2 yaitu kepercayaan diri followers Tiktok @raniaayamin.

1.5.3 Teori Penelitian

1.5.3.1 Teori Retorika

Retorika merupakan suatu pemikiran filosofis yang dikemukakan oleh Aristoteles, seorang filsuf terkemuka pada era yunani kuno. Dalam pandangannya, Aristoteles mengartikan teori retorika sebagai suatu alat untuk melakukan persuasi, teori ini dianggap sebagai cabang dialektik yang merupakan bentuk diskusi tatap muka antara satu individu kepada banyak orang *(one-on-one)* (Christin et al., 2021). Aristoteles memandang retorika tidak hanyaa berfungsi untuk membangkitkan emosi khalayak, tetapi juga harus didasarkan pada pernyataan yang dapat dipertanggungjawabkan, sesuai dengan fakta, dan dapat dibuktikan (Kriantono, 2014).

Pada abad ke-20 retorika diadaptasi menjadi kajian yang berfokus pada perilaku dari psikologi dan sosiologi. Dalam konteks ini, retorika tidak hanya terbatas pada seni persuasif pidato, melainkan mencangkup berbagai aspek penggunaan simbol seperti diskursus publik, komunikasi verbal, nonverbal, serta visualisasi. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi, kajian retorika kontemporer semakin meluas seperti film, televisi, radio, permainan, dan plattform media online. (Kriantono, 2014).

Dalam kajiannya, Aristoteles pada bukunya *De Arte Rhetorica* sebenarnya melanjutkan pemikiran Plato gurunya yang meletakan dasar-dasar retorika ilmiah pada bukunya *Pahedrus*, melihat retorika dalam

konsep perspektif moral, yaitu bagaimana retorika dijadikan sarana menyampaikan nilai-nilai bahwa tidak ada kebenaran absolut dan tidak ada sesuatu yang tidak dapat berubah (Kriantono, 2014).

Aristoteles mengemukakan retorika merupakan sarana persuasi yang bisa bermaksud *artistic* dan *inartistic*. Bukti *inartistic* atau eksternal merupakan hal-hal yang tidak dibuat oleh komunikator seperti saksi, dan dokuman. Sedangkan bukti artistic adalah hal-hal yang dibuat oleh komunikan seperti, logika (*logos*), etic (*ethos*), dan emosi (*pathos*) (Kriantono, 2014).

1) *Ethos* (kredibilitas sumber)

Aristoteles menyatakan bahwa suatu argumen dapat dianggap rasional apabila komunikatornya memiliki memiliki kredibilitas. Kredibilitas ini mencangkup dua aspek penting: (1) kredibilitas berkaitan dengan sejauh mana komunikator dapat dipercaya untuk menyampaikan pernyataan yang sesuai dengan realitas, dan apa yang dinyatakanya ssejalan dengan tindakan yang dilakukannya *(trustworthy),* (2) kredibilitas juga mencangkup penilaian terhadap kemampuan atau keahlian komunikator dalam bidang yang sedang dibahas *(expertise).*

Dalam kajian retorika, terdapat tiga kualitas yang berkontribusi terhadap pembentukan kredibilitas sumber (Kriantono, 2014).

(a) Perceived Intelligence

Audiens mengevaluasi tingkat kecerdasan komunikator berdasarkan tingkat kepercayaan mereka terhadap ide-ide yang disampaikan.

(b) Virtuous Character

Karakter berkaitan erat dengan citra pembicara sebagai individu yang baik dan jujur.

(c) Goodwill

Goodwill merujuk pada penilaian positif audience terhadap niat pembicara. Aristoteles berpendapat bahwa komunikator yang memiliki kecerdasan dan karakter yang baik memperoleh perhatian yang positif.

2) *Pathos* (emosi atau perasaan)

Menurut Aristoteles, *pathos* tidak dimaknai sebagai upaya untuk memanfaatkan emosi negatif audience. Namun, berfungsi sebagai ukuran korektif yang membantu komunikator dalam membangun ketertarikan emosional dalam pengambilan keputusan. Proses persuasi akan berlangsung efektif ketika komunkator mampu merangsang emosi khalayak (Kriantono, 2014).

3) *Logos* (fakta)

Aristoteles mengemukakan konsep logos yang mencangkup entimen sebagai ”bukti terkuat” dalam argumen. Sebuah entimen

dapat dipahami sebagai versi yang tidak lengkap dari silogisme deduktif. Hal ini disampaikan oleh Marting Luther King:

(a) Premis mayor: Semua orang diciptakan setara

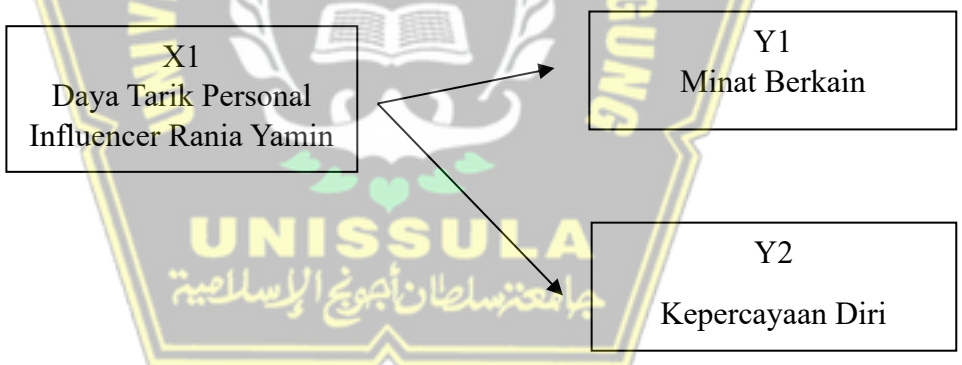
(b) Premis minor: Saya adalah sesorang

(c) Kesimpulkan: Saya setara dengan orang lain

Entimen, yang dihasilkan secara kolaboratif oleh komunikator dan komunikan akan menghubungkan keduanya dan memberikan bukti yang paling kuat dalam konteks komunikasi.

1.5.4 Kerangka Empiris Penelitian

Kerangka empiris dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. 6 Kerangka Empiris Penelitian

Keterangan:

X1 :Variabel *Independen* adalah variabel yang bersifat bebas dan memiliki pengaruh terhadap munculnya variabel *dependen* (terikat). Daya tarik personal Influencer Rania Yamin adalah variabel independen dalam penelitian ini.

Y1 :Variabel *Dependen* adalah variabel yang bersifat terikat, yang dipengaruhi oleh variabel *independen* (bebas). Minat Berkain merupakan variabel dependen (Y1) dalam penelitian ini.

Y2 :Variabel *Dependen* adalah variabel terikat dan dipengaruhi oleh variabel *independen* (bebas). Kepercayaan Diri merupakan variabel dependen (Y2) dalam penelitian ini.

1.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diddefinisikan sebagai suatu pernyataan yang belum terverifikasi kebenarannya. Hipotesis berfungsi menjelaskan fenomena tertentu yang sejalan dengan tujuan dalam penelitian ini, dirumuskan:

$H_0 1$: Tidak terdapat pengaruh daya tarik personal *Influencer* Rania Yamin terhadap Minat Berkain followers-nya

$H_a 1$: Terdapat pengaruh daya tarik personal *Influencer* Rania Yamin terhadap Minat Berkain followers-nya. Semakin tinggi daya tarik personal Influencer Rania Yamin maka semakin tinggi Minat Berkain pada followers-nya.

$H_0 2$: Tidak terdapat pengaruh daya tarik personal *Influencer* Rania Yamin terhadap Kepercayaan Diri followers-nya.

$H_a 2$: Terdapat pengaruh daya tarik personal *Influencer* Rania Yamin terhadap Kepercayaan Diri followers-nya. Semakin tinggi daya tarik personal *Influencer* Rania Yamin maka semakin tinggi Kepercayaan Diri followers-nya.

1.7 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan hubungan teoritis anatara variabel yang terlibat pada penelitian yaitu hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diamati melalui sebuah penelitian konseptual (P. D. Sugiyono, 2019).

1.7.1 Variabel Bebas (Variabel Independen)

Menurut (P. D. Sugiyono, 2019), variabel independen (bebas) adalah variabel yang berperan sebagai pengaruh atau penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen yang dilambangkan dengan X1. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen yang diteliiti yaitu Daya Tarik Personal Influencer (X1).

a. Daya Tarik Personal Influencer

Menurut Shimp dalam (Afriyanti, 2024), daya tarik tidak hanya mencangkup dari fisik saja, tetapi dari karakteristik khusus yang menawan bagi audiens, beberapa karakteristik itu bisa berupa intelektual sesorang, gaya hidup, karakterstik, kemampan atletik, dan lain sebagainya Daya tarik (*attractiveness*) didefinisikan sebagai individu yang memiliki daya tarik fisik maupun sosial yang menarik.

1.7.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Menurut (P. D. Sugiyono, 2019), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat dari variabel bebas. Dalam penelitian ini,

Variabel dependen dilambangkan dengan variabel Y, yaitu variabel Minat Berkain (Y1) dan variabel Kepercayaan diri (Y2).

a. Minat Berkain

Menurut Jefkins, minat merupakan kondisi dimana pikiran akan mendorong seseorang untuk memperhatikan dan memberikan perhatian lebih dan melibatkan unsur emosional, perhatian, dan kenginan (Alfazani, 2021). Minat memiliki arti sebagai kondisi dimana individu cenderung menikmati dan memiliki perasaan senang terhadap suatu aktivitas. Minat yang tinggi dapat mendorong individu untuk mengksplorasi lebih dalam mengenai aktivitas yang mereka sukai dan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan individu. Pada penelitian ini, minat yang akan diukur adalah kaitan dengan minat menggunakan kain tradisional pada followers @raniaayamin.

b. Kepercayaan Diri (Self Confidence)

Menurut Lauster dalam Pangestu & Sutirna, kepercayaan diri dapat didefinisikan sebaagai sikap yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan diri sendiri dan tidak merasa cemas terhadap tindakan yang diambil, merasa bebas melakukan kegiatan yang disukai, dan bertanggung jawab pada perilakunya (Pangestu & Sutirna, 2021). Dalam penelitian ini, kepercayaan diri yang akan diukur adalah keterkaitan dengan peningkatan kepercayaan diri (*self-confidence)* menggunakan kain tradisional pada followers @raniaayamin.

1.8 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2017:38) definisi operasional adalah atribut atau nilai yang dimiliki oleh objek penelitian dan menunjukan variasi tertentu. Atribut penelitian adalah variabel yang diukur pada penelitian melalui indicator. Variabel pada penelitian ini yaitu variabel bebas (X1) dan variabel terikat (Y1) dan (Y2).

1.8.2 Variabel X1: Daya Tarik Personal Influencer

Daya Tarik Personal Influencer pada penelitian ini menggunakan alat instrument menurut Shimp dalam (Setiadi, 2023), yaitu:

a) *Likeability,* dimensi *likeability* terbagi kedalam dua kategori utama yaitu *liking-physically* yang berkaitan dengan aspek fisik, serta *liking non-physically* yang berhubungan dengan aspek non-fisik. Menurut Shimp, dimensiini mencangkup lima indikator diantaranya, *good looking* (cantik), *classy* (berkelas), *charming* (menawan), *elegant* (anggun), dan *sexy* (seksi).

b) *Familiarity*, dimensi *familiarity* menitikberatkan pada tingkat popularitas seorang Influencer yang banyak dikenal oleh khalayak. Menurut Shimp, terdapat lima indikator yaitu *well-known* (terkenal), *recognized* (dikenali), *identified* (diidentifikasi), *had seen* (pernah melihat), dan *acknowledged* (diakui).

c) *Similarity,* dimensi *simialirity* berfokus pada daya tarik *Influencer* yang dihasilkan dari kesamaan antara Influencer dengan khalayaknya. Menurut Shimp, dimensi ini terdiri atas lima indikator yaitu *age* (usia), *background*

(latar belakang masalah), *personality* (kepribadian), *interest* (ketertarikan), dan *lifestyle* (gaya hidup).

1.8.2 Variabel (Y1): Minat Berkain

Minat Berkain pada penelitian ini diungkap menggunakan alat yang berupa skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek menurut Jefkin dalam (Dewi, 2021) yaitu:

a) Perhatian (*attention*), merupakan kondisi dimana individu mulai melihat satu atau lebih objek yang dianggap menarik sehingga menimbulkan rasa senang.
b) Ketertarikan (*interest*), yaitu kondisi dimana individu memperhatikan objek yang yang memikat minatnya, disertai dengan dorongan untuk mendekati objek tersebut. Objek pada penelitian ini adalah daya tarik personal Influencer yang dianggap efektif dalam menarik rasa ketertarikan individu yang memperhatikannya.
c) Keinginan (*desire*), yaitu kondisi dimana individu sudah memiliki Hasrat terhadap objek yang dianggap menarik dan untuk mengetahui lebih jauh atau mendalami informasi terkait objek tersebut.
d) Keyakinan *(conviction),* yaitu keadaan dimana individu merasa yakin bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan objek yang dianggap menarik layak untuk dilakukan.

1.8.3 Variabel (Y2): Kepercayaan diri (self confidence)

Kepercayaan diri (*sel-confidence*) diukur dengan alat yang berupa skala berdasarkan aspek-aspek menurut Lauster dalam (Pangestu & Sutirna, 2021) yaitu:

a) Percaya pada kemampuan diri sendiri, yaitu perasaan yakin terhadap diri sendiri dari fenomena yang berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengevaluasi dan mengatasi fenomena yang terjadi.
b) Bertindak mandiri dalam mengambil keputusuan, yaitu, individu dapat bertindak dalam mengambil keputusan secara mandiri tanpa ada keterlibatan dari faktor eksternal atau lingkungan dan mempu meyakini diri sendiri pada keputusan yang diambil.
c) Memiliki konsep diri yang positif, yaitu penilaian positif dari dalam diri sendiri, baik secara pandangan ataupun tindakan yang menimpulkan rasa positif terhadap diri sendiri. Sikap menerima diri apa adanya menimbulkan berkembangnya rasa percaya diri dan mempu menghargai orang lain dari berbagai sisi.
d) Berani mengungkapkan pendapat, yaitu suatu sikap yang menunjukan pengungkapan kepada orang lain tanpa adanya paksaan atau rasa yang mampu menghambat tindakan individu.

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kauntitatif. Penelitian kauntitatif merupakan pendekatan yang dilandaskan paradigma positivisme yang bertujuan untuk meneliti instrumen penelitian sebelumnya (P. D. Sugiyono, 2019). Tujuan dalam penggunaan penelitian kuantitatif adalah untuk menguji teori objektif dengan cara menguji hubungan antara dua variabel atau lebih pada penelitian ini.

1.9.2 Subjek dan Objek Penelitian

1.9.2.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah objek, entitas, atau inddividu yang menjadi sumber data bagi variabel-variabel yang diteliti dan menjadi fokus permasalahan pada kajian ilmiah (Masruri et al., 2016). Subjek dalam penelitian ini adalah followers Tiktok @raniaayamin dengan berbagai kriteria tertentu yaitu yang mengenal, tertarik, dan mengikuti Rania Yamin tentang konten berkain yang dibagikan melalui akun sosial media miliknya.

1.9.2.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sekumpulan elemen yang dapat berua individu, organisasi, maupun benda menjadi sasaran pengamatan atau inti permasalahan yang dikaji untuk memperoleh data yang relevan (Supranto, hlm.25). Objek pada penelitian ini adalah pihak yang

menjadi fokus penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah daya tarik @raniaayamin dengan berbagai kriteria tertentu yaitu mengenal, tertarik, dan mengikuti Rania Yamin tentang konten berkain yang dibagikan melalui akun sosial media miliknya.

1.9.3 Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan beberapa jenis sumber data. Sumber data primer diperoleh secara langsung melalui hasil kuisioner oleh responden.

1.9.3.1 Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2019), Data Primer adalah sumber data yang diambil dari pengumpulan data berapa observasi atau penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner yang digunakan untuk mengetahui data tentang tingkat kepercayaan diri dan minat berkain pada followers @raniaayamin terhadap minat berkain. Kuesioner ini didukung dengan observasi, dimana konten Tiktok diidentifikasi langsung melalui tangkapan layar.

1.9.3.2 Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2019) Data Sekunder merupakan sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini dilakukan dengan mengumpulkan hasil bukti dari Tiktok @raniaayamin tentang konten yang dibagikan. Selain itu hasil data

sekunder didapatkan melalui buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang mendukung data pada penelitian.

1.9.4 Populasi dan Sampel

1.9.4.1 Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kuantutas dan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti untuuk diidentifikasi dan ditarik kesimpulan (P. D. Sugiyono, 2019). Fokus penelitian dikumpulkan oleh populasi penelitian.

Populasi pada penelitian ini menggunakan pengikut Tiktok dari @raniaayamin dengan jumlah sekitar 569 ribu pengikut pada 23 Juni 2023 Pukul 19.38 WIB.

1.9.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi pada penelitian tersebut (P. D. Sugiyono, 2019). Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang dipilih dengan cara tertentu untuk mewakili selurus populasi (Sinaga, 2014). Rumus Slovin digunakan untuk menghitung kesalahan sampel atau batas toleransi kesalahan sampel (*error sampling)*. Batas toleransi kesalahan, atau margin kesalahan rumus ini adalah 10% (P. Sugiyono, 2015). Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan

Dari rumus tersebut, jumlah sampel yang dihitung menggunakan slovin menghasilkan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{569.000}{1+569.000\ (0{,}01)}$$

$$n = \frac{569.000}{1+ 5691}$$

n = 99,98 (100 *followers*)

1.9.5 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2020:128), teknik sampel adalah metode pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang diunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling*. *Probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang memberikan peluang sama pada setiap elemen atau anggota populasi yang diambil sebagai sampel (S. Sugiyono, 2017). Metode pengambilan sampel

yang digunakan melalui *Simple Random Sampling* pada followers Tiktok @raniaayamin.

1.9.6 Metode Pengambilan Data

Pada penelitian ini, proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Kuisioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengajukan sejumlah pertanyaan dan pernyataan pada responden (P. D. Sugiyono, 2019). Peneliti menggunakan kuisioner ini sebagai alat bantu ukur pengumpulan data melalui metode survei dari minat berkain dan kepercayaan diri pada *followers* Tiktok @raniaayamin. Kuisioner ini berisi daftar pertanyaan yang ditentukan peneliti dan disebarkan secara online menggunakan Google Formulir.

Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengetahui pengukuran jawaban resonden menggunakan kuisioner yang dibagikan. Berikut skor penilaian skala likert yang digunakan:

Tabel 1.2 Penilaian Skala Likert

Jawaban Responden	Poin
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Dengan mengunakan skala likert, responden dapat menjawab kuisioner nilai positif sampai dengan nilai negatif, yaitu 1) Sangat Tidak Setuju, 2) Tidak Setuju, 3) Kurang Setuju, 4) Setuju, 5) Sangat Setuju.

1.9.7 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019), Analisis data merupakan proses sistematis untuk mengumpulkan dan mengorganisasi data yang diperoleh dari kuisioner, catatan lapangan, wawancara. Proses ini melibatkan pengkategorian data, pembagian ke dalam unit, sintesis, penyusunan pola, pemilihan informasi penting untuk dipelajari, dan penarikan kesimpulan agar data mampu dipahami dengan mudah.

1.9.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), validitas merupakan suatu uji yang menunjukan keakuratan data yang dikumpulkan peneliti dan data yang tampak pada kenyataanya. Uji validitas dilakukan sebelum peneliti membuat instrumen penelitian dan digunakan untuk mengukur validitas data dan instrumen penelitian (Yusuf, 2016).

Analisis faktor adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi validitas sebuah variabel, dengan kata lain indikator digunakan dalam pertanyaan dan dievaluasi untuk memastikan apakah variabel valid (Ghozali, 2018). Jika tiap pertanyaan menunjukan variabel tertentu, maka *loading* faktor yang tinggi. Nilai KMO harus >0,5 untuk dianalisis faktor, dengan nilai valid apabila *loading* faktornya memiliki nilai >0,4.

1.9.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019), Uji reliabilitas merupakan sejaauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, dan kuisioner dianggap reliabel ketika jawaban responden stabil dan konsisten.

Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini, digunakan aplikasi SPSS 27. Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas kuisioneer menggunakan skala likert dengan menguji *Cornbach alpha,* dengan nilai 0,70 variabel penelitian yang dianggap kredibel (Ghozali, 2018).

1.9.7.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan apakah distribusi variabel independen dan dependen pada model regresi normal. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang tidak parametrik. Menurut dasar pengambilan keputusan K-S, niali signifikansi $p > 0,05$ menunjukan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

1.9.7.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan uji yang dilakukan untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan yang muncul pada data yang telah diurutkan berdasarkan waktu. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan uji *Durbin-Watson* (DW test).

1.9.7.5 Uji Heteroskedasitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan antara varians dan residual dari satu pengamatan dengan pengamatan lain. Jika signifikan pada kolom *coefficient* lebih besar dari 0,05 yang menunjukan tidak terjadi heterokedastisitas.

1.9.7.6 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana menunjukan hubungan linear antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Studi ini menggunakan analisis regeresi linear sederhana karena terdiri dari (X1), (Y1), dan (Y2). Oleh karena itu, analisis ini digunakan dua kali. Dalam uji regresi linear sederhana, yang pertama adalah variabel X terhadap Y1 dan X terhadap Y2 untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam memprediksi hubungan antara variabel dengan analisis regresi linear sederhana.

Uji regresi linear sederhana memiliki tujuan dalam mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dibutuhkan rumus regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independen (variabel bebas)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

1.9.7.7 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk melihat presentase besaran variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Uji ini akan melihat dari nilai (R^2) pada variabel independen terhadap variabel dependen (Darma, 2021).

1.9.8 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis diperlukan untuk melihat apakah terdapat hubungan antara variabel penelitian yaitu daya tarik personal Influencer dengan minat berkain dan kepercayaan diri pada followers Tiktok @raniaayamin.

1.9.8.1 Uji T (Parsial)

Uji parsial digunakan untuk menguji sebuah variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana $ttabel > thitung$ H0 diterima dan jika $ttabel < thitung$ maka H1 diterima, begitu juga untuk Sig > α (0,05) maka H0 diterima dan H1 ditolak dan jika Sig < α (0,05) maka H0 ditolak dan H1 diterima. Uji t dalam penelitian digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh daya tarik personal Influencer terhadap variabel terikat kepercayaan diri (*self-confidence*) dan minat berkain

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1 Gambaran Umum Rania Yamin

2.1.1 Profil Rania Yamin

Rania Maheswari Yamin atau yang dikenal sebagai Rania Yamin, merupakan *Influencer* yang berasal dari Kota Solo, Jawa Tengah. Sebagai salah satu cicit dari pahlawan nasional Mohammad Yamin, Rania tumbuh dalam lingkungan yang menjunjung tinggi nilai-nilai tradisional dan nasionalisme. Rania merupakan anak dari KRMH Roy Raharja Yamin, cucu tertua dari keluarga besar Mangkunegaraan, sementara neneknya Gusti Raden Ayu Retno Satuti, putri tertua dari Mangkunegara VIII. Latar belakang keluarga Rania menjadikan ia kaya akan sejarah dan tetap melestarikan nilai-nilai budaya Indonesia.

Rania Yamin mulai merambah di dunia entertain sejak 2023 melalui media sosial Tiktok miliknya yaitu @raniaayamin. Salah satu ciri khas kontennya adalah busana kain tradisional dan kebaya yang melekat pada sosok Rania. Dengan penedkatan ini, Rania mempadupadankan gaya tradisional dengan gaya hidup kontemporer, sehingga relecan dengan generasi muda saat ini.

Gambar 2. 1 Instagram @raniaayamin

Rania membagikan gaya fashion dengan estetika tradisionalnya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, Rania juga mengedukasi pengikutnya tentang bagaiaman menjaga dan menghormati wariyan budaya tradisional. Melalui narasi yang ringan menjadikanya Influencer yang berhasil mengemas nilai-nilai luhur yang mudah diterima anak muda saat ini.

Popularitas Rania Yamin tidak berhenti di media sosial miliknya, Rania juga menjadi salah satu deretan tamu di Istana Merdeka dalam perayaan Istana Berkebaya HUT Republik Indonesia ke-78. Rania menjadi pelopor anak muda dalam pelestarian budaya dan menjadi inspirasi besar bagi pengikutnya untuk mencintai, menghormati, dan melestarikan kekayaan budaya leluhur salah satunya berkain dan berkebaya. Rania juga aktif berkolaborasi dengan brand dan organisasi yang mendukung pelestarian budaya dan seni tradisional.

Gambar 2.2 Instagram @raniaayamin

2.2 Media Sosial Rania Yamin

2.2.1 Tiktok @raniaayamin

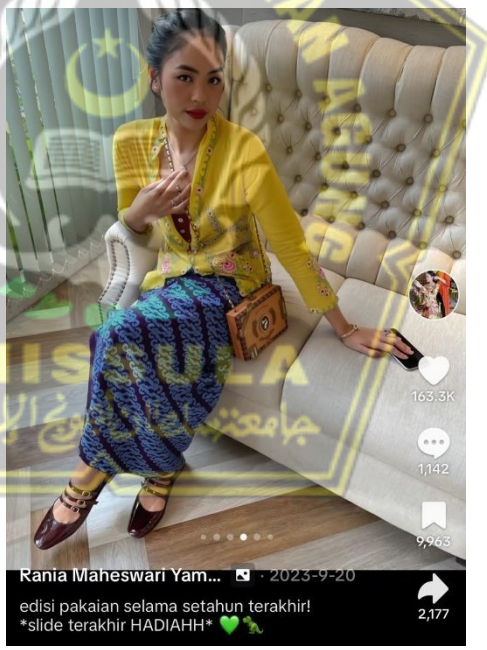
Rania Maheswari Yamin merupakan Influencer yang berasal dari Kota Solo, Jawa Tengah. Rania mulai aktif merambah dan membagikan konten di media sosial Tiktoknya yaitu @raniaayamin. Rania memiliki followers Tiktok diakunya yaitu @raniaayamin sebanyak 569,8 ribu dengan jumlah like sebesar 24,8 juta pada periode 14 Desember 2024.

Rania Yamin menciptakan pandangan baru melalui platform Tiktok tentang bagaimana ia memandang sebuah budaya. Kecintaanya terhadap budaya Jawa diperlihatkan melalui berbagai konten yang dibagikanya..

Beberapa isi konten Rania pada media sosial Tiktok @raniaayamin seperti:

a) Gaya Berpakaian Rania dengan sentuhan Kain dan Kebaya

Beberapa unggahan konten Rania pada media sosial Tiktok miliknya @raniaayamin menunjukan kehidupan sehari-harinya yang memasukan elemen budaya tradisional berkain dan berkebaya. Pakaian yang dikenakkan oleh @raniaayamin juga menonjolkan gaya pakaian modern yang dipadupadankan dengan gaya tradisional.



Gambar 2.3 Akun Tiktok @raniaayamin

b) Narasi Edukatif dan Inspirasi

Sebagai salah satu mahasiswa Sastra Indonesia di Universitas Indonesia, Rania seringkali membahas tentang buku

bacaan dan penggunaan Bahasa Indonesiaa yang benar. Unsur edukasi dikemas dengan ringan dan menarik.

Gambar 2.4 Akun Tiktok @raniaayamin

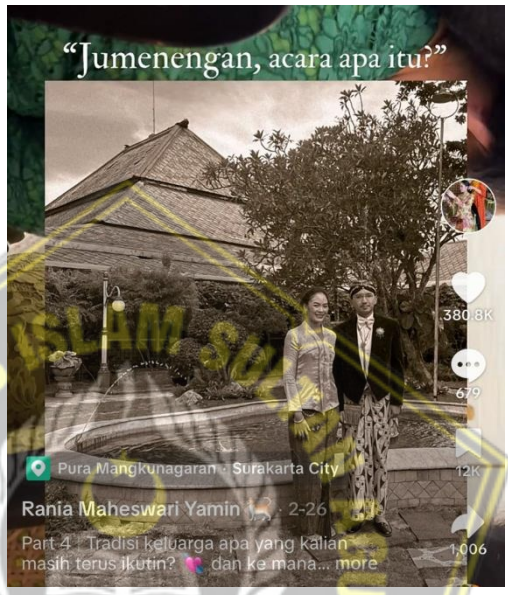
c) Mengenalkan Sejarah Keluarga

Pada beberapa kontennya, Ranaia membagikan topik-topik mengenai sejarah keluarganya yang mana salah satu keluarga bangsawan. Hal ini ditunjukan Rania uuntuk mengedukasi silsilah dalam keluarga Jawa.

Gambar 2.5 Akun Tiktok @raniaayamin

d) Mengenalkan Sejarah dan Budaya Jawa

Rania sering memebagikan sejarah dan juga beberapa budaya jawa seperti acara satu suro, dan ia kerap kkali membagikan edukasi kain-kain leluhur yang tidak diketahui anak muda saat ini.



Gambar 2.6 Akun Tiktok @raniaayamin

2.2.2 Instagram @raniaayamin

Rania Yamin memiliki akun Instagram yang digunakan untuk membagikan konten berkainnya selain pada akun Tiktoknya. Pada Instagram Rania lebih cenderung membagikan konten foto saat menggunakan kain, kegiatan pada magkunegaraan, dan kolaborasi denga brand dibanding dengan video keseharianya seperti pada platform Tiktok miliknya. Rania pertama membagikan postingan di Instagram pada tahun 2016. Rania Yamin memiliki followers @raniaayamin 402 ribu dengan 245 postingan (22 Desember 2024).

2.3 Gambaran Umum *Followers* Tiktok @raniaayamin

2.3.1 Demografi

a) Rania mulai membagikan konten berkainya di meda sosial Tiktok pada tahun 2023 hingga saat ini. Akun Tiktok @raniaayamin telah memiliki jumlah pengikut 596,9 ribu dengan jumlah like sebesar 24,8 juta dengan jumlah postingan 104 konten pada periode 12 Desember 2024. Demografi ussia mayoritas followers Rania berada pada rentang usia 18-26 tahun. Terdiri dari generasi milenial dan Gen Z yang aktif pda media sosial Tiktok, terutama ketertarikan pada dunia fashion dan kecantikan.

b) Jenis Kelamin

Pengikut @raniaayamin sebagian besar didominasi oleh wanita, karena pada konten yang dibagikan adalah dunia fashion kebaya dan berkain yang lebih cenderung menarik perhatian perempuan.

c) Lokasi

Pengikut @raniaayamin tersebar diseluruh Indonesia dengan kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Semarang, atau Bandung yang memiliki kecenderungan pengikut paling banyak yang mana memiliki relevansi lokal budaya Jawa yang tinggi.

2.3.2 Minat dan Hobi

Followers Tiktok @raniaayamin rata-rata memiliki minat dalam bidang *fashion styling* terutama pada mereka yang cenderung tertarik pada

budaya lokal tradisional, sehingga memiliki *self-expression* dalam fashion styling tradisional. Selain dalam fashion, pengikut @raniaayamin biasanya memiliki nilai empowerment dalam menunjukan identitas atau rasa bangga pada budaya Indonesia.

2.3.3 Engagement

Followers Tiktok @raniaayamin memiliki keterlibatan dalam membagikan konten fashion terutama dalam fashion styling budaya tradisional seperti berkain. Selain itu, banyak dari mereka menggunakan hastag dan penggunaan headline konten "*steal her look* Rania Yamin". Followers Rania lebih sering berinteraksi di akun Tiktok dibandingkan dengan akun Instagramnya, hal ini memperlihatkan jangkauan akun Tiktok @raniaayamin lebih besar dan lebih memperlibatkan followersnya.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada data yang diperoleh, peneliti menguraikan temuan data yang disampaikan dalam bentuk tabel. Temuan penelitian ini adalah informasi yang diperoleh melalui tanggapan responden melalui penyebaran kuisioner yang dilakukan oleh peneliti. Hal yang didapat dari responden akan dibedah sebagai hasil dan alasan menyampaikan tujuan yang mendasari penelitian. Tujuan dari penelitian ini mengharapkan untuk: Mengetahui hasil penelitian yang akan didapatkan dari data lapangan ”Pengaruh Daya Tarik Personal *Influencer* Rania Yamin Terhadap Minat Berkain dan Kepercayaan Diri Followers Tiktok @raniaayamin”. Haisl penyebaran kuisioner dapat dilihat dengan lengkap sebagai berikut:

3.1 Karakteristik Responden

Pengumpulan data kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* pada *followers* Tiktok @raniaayamin. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan bantuan fitur *instastory* dengan menjelaskan kriteria penelitian dan melalui *direct message personal* kepada *followers* Tiktok @raniaayamin untuk memudahkan pengambilan data di lapangan yang sesuai dengan kriteria responden yaitu *followers* Tiktok @raniaayamin.

3.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia *Followers* Tiktok @raniaayamin

Tabel 3. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
Laki – laki	25	25%
Perempuan	75	75%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Pada tabel 3.1 menunjukan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, dengan jumlah presentase perempuan yaitu 75% atau sebanyak 75 responden dan laki-laki yaitu 25% atau sebanyak 25 responden. Sehingga menunjukan bahwa responden yang mendominasi penelitian ini adalah perempuan.

Tabel 3.2 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentasi
18 – 20	8	8%
21 – 23	76	76%
24 – 26	16	16%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Penelitian ini menggunakan karakteristik responden *followers* Tiktok @raniaayamin dengan kategori usia 18-26 tahun. Berdasarkan dari data kuesioner yang diperoleh hasil mayoritas responden yaitu *followers* Tiktok @raniaayamin yang berusia 21-23 tahun dengan frekuensi sebanyak 76% atau 76 responden. Responden dengan usia 24-26 juga memiliki frekuenssi yang cukup tinggi yaitu sebanyak 16% atau 16 responden. Responden dengan usia 18-20 tahun memiliki presentase 8% atau sebanyak 8 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa repsonden berdasarkan data yang didapat didominasi dengan followers Tiktok @raniaayamin yang berusia 21-23 tahun yaitu sebanyak 76%.

3.2 Deskripsi Variabel Penelitian

3.2.1 Deskripsi Penelitian Daya Tarik Personal Influencer Rania Yamin (Variabel XI)

Tabel 3.3 Deskripsi Variabel XI Pertanyaan 1

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Kecantikan Jawa yang Alami

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	1	1%	
Kurang Setuju	2	2%	
Setuju	47	47%	
Sangat Setuju	50	50%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 50% atau 50 responden menyatakan sangat setuju bahwa Rania Yamin memiliki kecantikan jawa yang alami. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai kecantikan (*good looking*) seorang Rania Yamin sebagai *Influencer.* Selain itu, 47% atau 47 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara 2% atau sebanyak 2 responden merasa kurang setuju, 1% atau 1 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) memberikan penyataan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki kecantikan jawa yang alami.

Tabel 3.4 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 2

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Gaya Penampilan yang Berkelas

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	0	0%	
Setuju	33	33%	
Sangat Setuju	67	67%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 67% atau 67 responden menyatakan sangat setuju bahwa Rania Yamin memiliki gaya penampilan yang berkelas. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai penampilan Rania Yamin yang terkesan berkelas (*glamour*). Selain itu, 33% atau 33 responden memberikan pernyataan setuju, sementara tidak ada responden (0%) yang merasa sangat tidak setuju, tidak ada responden (0%) untuk pernyataan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan kurang setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki penampilan yang berkelas.

Tabel 3.5 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 3

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Gaya Penampilan yang Menawan

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	1	1%	
Kurang Setuju	1	1%	
Setuju	41	41%	
Sangat Setuju	57	57%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 57% atau 57 responden menyatakan sangat setuju bahwa Rania Yamin

memiliki gaya penampilan yang menawan. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai penampilan Rania Yamin yang terkesan menawan *(charming).* Selain itu, 41% atau 41 responden memberikan pernyataan setuju, sementara 1% atau sebanyak 1 orang responden menyatakan kurang setuju, 1% atau sebanyak 1 responden merasa tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) untuk pernyataan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki penampilan yang menawan.

Tabel 3.6 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 4

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Gaya Penampilan yang Terkesan Anggun

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	2	2%	
Setuju	25	25%	
Sangat Setuju	73	73%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 73% atau 73 responden menyatakan sangat setuju bahwa Rania Yamin memiliki gaya penampilan yang terkesan anggun. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai penampilan Rania Yamin yang

terkesan anggun *(elegant).* Selain itu, 25% atau 25 responden memberikan pernyataan setuju, sementara 2% atau sebanyak 2 orang responden menyatakan kurang setuju, tidak ada responden (0%) yang merasa sangat tidak setuju, tidak ada responden (0%) untuk pernyataan tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki penampilan yang anggun.

Tabel 3.7 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 5

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Daya Tarik Sensual Berkain Dengan Kesan Glamour

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	12	12%	
Setuju	50	50%	
Sangat Setuju	38	38%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 50% atau 50 responden menyatakan setuju bahwa Rania Yamin memiliki daya tarik sensual berkain yang memberikan kesan glamour.. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai penampilan Rania Yamin yang terkesan seksi *(sexy).* Selain itu, 38% atau 38 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara 12% atau sebanyak 12 orang responden

menyatakan kurang setuju, tidak ada responden (0%) yang merasa sangat tidak setuju, tidak ada responden (0%) untuk pernyataan tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki daya tarik sensual berkain yang memberikan kesan glamour.

Tabel 3.8 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 6

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Rentan Usia yang Sama Dengan *Followers*nya

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Setuju**
Tidak Setuju	6	6%	
Kurang Setuju	12	12%	
Setuju	48	48%	
Sangat Setuju	34	34%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 48% atau 48 responden menyatakan setuju bahwa Rania Yamin memiliki rentan usia yang sama. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai rentan usia yang sama dari followers terhadap Rania Yamin. Selain itu, 34% atau 34 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara 12% atau sebanyak 12 orang responden menyatakan kurang setuju, responden menyatakan tidak setuju 6% atau sebanyak 6 responden, tidak ada

responden (0%) untuk pernyataan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki rentan usia yang sama dengan *followersnya.*

Tabel 3.9 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 7

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Latar Belakang Budaya yang Sama Dengan *Follower*snya

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	3	3%	**Setuju**
Tidak Setuju	5	5%	
Kurang Setuju	8	8%	
Setuju	46	46%	
Sangat Setuju	38	38%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 46% atau 46 responden menyatakan setuju bahwa Rania Yamin memiliki latar belakang budaya yang sama. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai latar belakang budaya yang sama dari followers terhadap Rania Yamin. Selain itu, 38% atau 38 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara itu 8% atau sebanyak 8 orang responden menyatakan kurang setuju, responden menyatakan tidak setuju 5% atau sebanyak 5 responden, dan responden menyatakan sangat tidak setuju 3% atau sebanyak 3 responden. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden setuju bahwa

Influencer Rania Yamin memiliki latar belakang budaya yang sama dengan *followersnya.*

Tabel 3.10 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 8

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Kepribadian Ekspresif Yang Sama Dengan *Followers*nya

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	**Setuju**
Tidak Setuju	9	9%	
Kurang Setuju	16	16%	
Setuju	45	45%	
Sangat Setuju	29	29%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 45% atau 45 responden menyatakan setuju bahwa Rania Yamin memiliki kepribadian ekspresif yang sama. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai krrpibadian ekspresif Rania Yamin yang sama dengan *followers.* Selain itu, 29% atau 29 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara itu 16% atau sebanyak 16 orang responden menyatakan kurang setuju, responden menyatakan tidak setuju 9% atau sebanyak 9 responden, dan responden menyatakan sangat tidak setuju 1% atau sebanyak 1 responden. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden setuju bahwa

Influencer Rania Yamin memiliki kepribadian ekspresif yang sama dengan *followersnya.*

Tabel 3.11 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 9

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Ketertarikan Eksplorasi Fashion Berkain yang Sama

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	**Setuju**
Tidak Setuju	1	1%	
Kurang Setuju	20	20%	
Setuju	45	45%	
Sangat Setuju	33	33%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 45% atau 45 responden menyatakan setuju bahwa Rania Yamin memiliki ketertarikan eksplorasi fashion berkain yang sama. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai ketertarikan eksplorasi fashion berkain Rania Yamin yang sama dengan *followers.* Selain itu, 33% atau 33 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara itu 20% atau sebanyak 20 orang responden menyatakan kurang setuju, responden menyatakan tidak setuju 1% atau sebanyak 1 responden, dan responden menyatakan sangat tidak setuju 1% atau sebanyak 1 responden. Dengan demikian, dapat disimpulan

bahwa mayoritas responden setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki keterttarikan eksplorasi fashion berkain yang sama dengan followers.

Tabel 3.12 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 10

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Gaya Hidup Sederhana yang Sama dengan *Followers*nya

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Setuju**
Tidak Setuju	4	4%	
Kurang Setuju	15	15%	
Setuju	44	44%	
Sangat Setuju	37	37%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 44% atau 44 responden menyatakan setuju bahwa Rania Yamin memiliki gaya hidup sederhana yang sama. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai gaya hidup sederhana Rania Yamin yang sama dengan *followers.* Selain itu, 37% atau 37 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara itu 15% atau sebanyak 15 orang responden menyatakan kurang setuju, responden menyatakan tidak setuju 4% atau sebanyak 4 responden, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki gaya hidup sederhana yang sama dengan foollowersnya.

Tabel 3.13 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 11

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Popularitas yang Tinggi Sebagai Influencer Fashion Berkain

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	1	1%	
Setuju	35	35%	
Sangat Setuju	64	64%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 64% atau 64 responden menyatakan sangat setuju bahwa Rania Yamin memiliki popularitas yang tinggi sebagai *Influencer fashion* berkain. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai popularitas yang tinggi Rania Yamin sebagai *fashion influencer* berkain bagi followersnya. Selain itu, 35% atau 35 responden memberikan pernyataan setuju, sementara itu 1% atau 1 responden menyatakan kurang setuju, tidak ada responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki popullaritas yang tinggi sebagai *fashion Influencer* berkain.

Tabel 3.14 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 12

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Ciri Khas yang Membuat Mudah Dikenali

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	1	1%	
Kurang Setuju	1	1%	
Setuju	30	30%	
Sangat Setuju	68	68%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 68% atau 68 responden menyatakan sangat setuju bahwa Rania Yamin memiliki ciri khas yang membuat mudah dikenali. Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai ciri khas Rania Yamin yang mudah dikenali oleh followersnya.. Selain itu, 30% atau 30 responden memberikan pernyataan setuju, sementara itu 1% atau sebanyak 1 orang respponden menyatakan kurang setuju, 1% atau sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki ciri khas yang membuat mudah dikenali oleh followersnya.

Tabel 3.15 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 13

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Memiliki Identitas Fashion Berkain Dikalangan Anak Muda

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	1	1%	
Setuju	30	30%	
Sangat Setuju	69	69%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 69% atau 69 responden menyatakan sangat setuju bahwa Rania Yamin memiliki identitas fashion berkkain di kalangan anak muda Presentase ini menunjukan adanya tingkat persetujuan yang tinggi mengenai identitas Rania Yamin sebagai fashion berkain dikalangan followersnya.. Selain itu, 30% atau 30 responden memberikan pernyataan setuju, sementara itu 1% atau sebanyak 1 orang respponden menyatakan kurang setuju, tidak ada responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *Influencer* Rania Yamin memiliki identitas fashion berkain dikalangan anak muda.

Tabel 3.16 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 14

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Pernah Melihat Konten Rania Yamin Sebelum Menjadi Followersnya

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	8	8%	
Kurang Setuju	2	2%	
Setuju	37	37%	
Sangat Setuju	53	53%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 53% atau 53 responden menyatakan sangat setuju bahwa responden pernah melihat konten Rania Yamin sebelum menjadi followersnya. Selain itu, 37% atau 37 responden memberikan pernyataan setuju, sementara itu 2% atau sebanyak 2 orang responden menyatakan kurang setuju, 8% atau sebanyak 8 orang responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden berhasil mengenali Rania Yamin sebelum menjadi followersnya.

Tabel 3.17 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 15

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rania Yamin Diakui Sebagai ”Ikon Berkain” Di Kalangan Anak Muda

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	3	3%	
Setuju	37	37%	
Sangat Setuju	60	60%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 60% atau 60 responden menyatakan sangat setuju bahwa responden mengakui Rania Yamin sebagai ikon berkain ppada kalangan anak muda. Selain itu, 37% atau 37 responden memberikan pernyataan setuju, sementara itu 3% atau sebanyak 3 orang responden menyatakan kurang setuju, tidak ada responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa Rania Yamin diakui sebagai ”ikon berkain” bagi followersnya.

3.2.2 Deskripsi Penelitian Minat Berkain (Y1)

Tabel 3.18 Deskripsi Variabel Y1 Pertanyaan 1

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Memperhatikan Konten yang Dibagikan Di Akun Tiktok @raniaayamin Tentang *Outfit* Berkain

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	**Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	3	3%	
Setuju	52	52%	
Sangat Setuju	44	44%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 52% atau 52 responden menyatakan setuju bahwa responden memperhatikan konten yang dibagikan di akun Tiktok @raniaayamin tentang *outfit* berkain. Selain itu, 44% atau 44 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara itu 3% atau sebanyak 3 orang responden menyatakan kurang setuju, tidak ada responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden memperhatikan konten yang dibagikan Rania Yamin di akun Tiktok tentang *outfit* berkainnya .

Tabel 3.19 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 2

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Tertarik Dengan Kain Tradiisional Ketika Melihat Konten yang Dibagikan @raniaayamin

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	1	1%	
Setuju	48	48%	
Sangat Setuju	51	51%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 51% atau 51 responden menyatakan sangat setuju bahwa responden tertarik dengan kain tradisional ketika melihat konten yang dibagikan @raniaayamin.. Selain itu, 48% atau 48 responden memberikan pernyataan setuju, sementara itu 1% atau sebanyak 1 orang responden menyatakan kurang setuju, tidak ada responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden berhasil tertarik dengan kain tradisional kketika melihat konten yang dibagikan @raniaayamin.

Tabel 3.20 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 3

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Ingin Ikut Mempadupadankan Kain Tradisional Dengan Pakaian Sehari-hari Ketika Melihat @raniaayamin

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Setuju**
Tidak Setuju	2	2%	
Kurang Setuju	9	9%	
Setuju	56	56%	
Sangat Setuju	33	33%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 56% atau 56 responden menyatakan setuju bahwa responden ingin ikut mempadupadankan kain tradisional dengan pakaian sehari-hari ketika melihat @raniaayamin. Selain itu, 33% atau 33 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara itu 9% atau sebanyak 9 orang responden menyatakan kurang setuju, 2% atau 2 orang responden enyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden berhasil ingin ikut mempadupadankan kain tradisional dengan pakaian sehari-hari ketika melihat @raniaayamin.

Tabel 3.21 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 3

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Ingin Menggali Referensi Berkain Yang Lain Ketika Melihat @raniaayamin

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	2	2%	
Kurang Setuju	9	9%	
Setuju	37	37%	
Sangat Setuju	52	52%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 52% atau 52 responden menyatakan sangat setuju bahwa responden ingin menggali referensi berkain yang lain ketika melihat @raniaayamin. Selain itu, 37% atau 37 responden memberikan pernyataan setuju, sementara itu 9% atau sebanyak 9 orang responden menyatakan kurang setuju, 2% atau 2 orang responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden berhasil ingin menggali referensi berkain yang lain ketika melihat @raniaayamin.

Tabel 3.22 Deskripsi Variabel X1 Pertanyaan 4

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Yakin Menggunakan Kain Tradisional Sebagai Bagiam Dari Pakaian Sehari-hari Ketika Melihat @raniaayamin

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	**Setuju**
Tidak Setuju	3	3%	
Kurang Setuju	17	17%	
Setuju	46	46%	
Sangat Setuju	32	32%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 46% atau 46 responden menyatakan setuju bahwa responden yakin menggunakan kain tradiisional sebagai bagian dari pakaian sehari-hari ketika melihat @raniaayamin. Selain itu, 32% atau 32 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara itu 17% atau sebanyak 17 orang responden menyatakan kurang setuju, 3% atau 3 orang responden menyatakan tidak setuju, dan 2% atau 2 orang responden menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden berhasil yakin mengggunakan kain tradisional sebagai bagian dari pakaian sehari-hari ketika melihat @raniaayamin.

3.2.3 Deskrispsi Penelitian Kepercayaan Diri (Y2)

Tabel 3.23 Deskripsi Variabel Y2 Pertanyaan 1

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Lebih Percaya Diri Mengekspresikan Gaya Berkain Diri Sendiri

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	13	13%	
Setuju	52	52%	
Sangat Setuju	35	35%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 52% atau 52 responden menyatakan setuju bahwa responden lebih percaya diri mengekspresikan gaya berkain diri sendiri. Selain itu, 35% atau 35 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara itu 13% atau sebanyak 13 orang responden menyatakan kurang setuju tidak ada responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden berhasil lebih percaya diri mengekspresikan gaya berrkain dirinya sendiri.

Tabel 3.24 Deskripsi Variabel Y2 Pertanyaan 2

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Berani Mempadupadankan Berkain Dengan Gaya Modern Tanpa Ragu

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Setuju**
Tidak Setuju	4	4%	
Kurang Setuju	7	7%	
Setuju	47	47%	
Sangat Setuju	42	42%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 47% atau 47 responden menyatakan setuju bahwa responden berani mempadupadankan berkain dengan gaya modern tanpa ragu. Selain itu, 42% atau 42 responden memberikan pernyataan sangat setuju, sementara itu 7% atau sebanyak 7 orang responden menyatakan kurang setuju tidak ada responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden berhasil berani mempadupadankan berkain dengan ggaya modern tanpa ragu.

Tabel 3.25 Deskripsi Variabel Y2 Pertanyaan 3

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Merasa Lebih Bangga Berkain Sebagai Bagian Identitas Budaya

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	0	0%	
Kurang Setuju	0	0%	
Setuju	37	37%	
Sangat Setuju	63	63%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 63% atau 63 responden menyatakan sangat setuju bahwa responden merasa lebih bangga berkain sebagai identitas budaya. Selain itu, 37% atau 37 responden memberikan pernyataan setuju, sementara tidak ada responden (0%) yang merasa sangat tidak setuju, tidak ada responden (0%) untuk pernyataan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan kurang setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden berhasil merasa lebih bangga berkain sebagai bagian identitas budaya.

Tabel 3.26 Deskripsi Variabel Y2 Pertanyaan 4

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Merasa Tidak Terpengaruh Presepsi Orang Lain Tentang Kain Bernilai Kuno Saat Dipakai

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	**Sangat Setuju**
Tidak Setuju	1	1%	
Kurang Setuju	2	2%	
Setuju	44	44%	
Sangat Setuju	53	53%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Data kuesioner peneliti Februari 2025

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden dengan jumlah sebanyak 53% atau 53 responden menyatakan sangat setuju bahwa responden merasa tidak terpengaruh presepsi orang lain tentang kain bernilai kuno saat mereka pakai. Selain itu, 44% atau 44 responden memberikan pernyataan setuju, sementara itu 2% atau sebanyai 2 orang responden merasa kurang setuju, dan 1% atau sebanyak 1 orang responden merasa tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulan bahwa responden berhasil tidak mudah terpengaruh presepsi orang lain tentang kain bernilai kuno saat dipakai.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas digunakan untuk mengevaluasi validitas instrumen yang digunakan. Peneliti menggunakan uji validitas dengan rumus *product moment* dan teori dasar keputusan uji validitas. Teori dasar keputusan uji validitas. Menurut V. Wiranata Sujarweni:

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05 maka butir soal kuesioner dinayatakan valid
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ product moment maka butir instrumen kusioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4. 1 Uji Validitas

Variabel	**No**	r_{hitung}	r_{tabel}	**Kriteria**
Daya Tarik *Influencer* Rania Yamin (Variabel X1)	1	0,470	0,195	Valid
	2	0,454	0,195	Valid
	3	0,497	0,195	Valid
	4	0,468	0,195	Valid
	5	0,538	0,195	Valid

	6	0,432	0,195	Valid
	7	0,407	0,195	Valid
	8	0,563	0,195	Valid
	9	0,587	0,195	Valid
	10	0,650	0,195	Valid
	11	0,504	0,195	Valid
	12	0,518	0,195	Valid
	13	0,466	0,195	Valid
	14	0,580	0,195	Valid
	15	0,422	0,195	Valid
Minat Berkain Followers Tiktok @raniaayamin (Variabel Y1)	16	0,424	0,195	Valid
	17	0,534	0,195	Valid
	18	0,769	0,195	Valid
	19	0,777	0,195	Valid
	20	0,826	0,195	Valid

Kepercayaan Diri Followers Tiktok @raniaayamin (Variabel Y2)	21	0,671	0,195	Valid
	22	0,827	0,195	Valid
	23	0,654	0,195	Valid
	24	0,635	0,195	Valid

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa perbandingan antara nilai r Hitung lebih besar dari r Tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) pada 24 perrtanyaan di kuesioner yang disebarkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan pada masing-masing variabel Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X1), Minat Berkain (Y1), dan Kepercayaan Diri (Y2) dalam kuesioner dinyatakan valid. Pada hal ini, kuesioner dinyatakan tepat untuk digunakan sebagai alat ukur pada penelitian.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan rumus Corbanch Alpha dengan menguji data menggunakan IBM SPSS Versi 27. Dilakukannya uji reliabilitas memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya. Perhhitungan Uji Reliabilitas dilihat ketika hasil dari perhitungan r Hitung lebih besar dari r Tabel 6% (0,6).

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Corbanch Alpha	Keterangan
1	Daya Tarik *Influencer* Rania Yamin (X1)	0,779	Reliabel
2	Minat Berkain (Y1)	0,703	Reliabel
3	Kepercayaan Diri (Y2)	0,648	Reliabel

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Dari data di atas, berdasarkan tabell ouput "*Reliability Statistic*", maka diketahui bahwa nilai corbanch alpha adalah sebesar 0,779 > 0,60 untuk variabel X1, 0,703 > 0,60 untuk variabel Y1, dan 0,648 > 0,60 untuk variabel Y2. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa butir instrumen pertanyaan pada variabel X1, Y1, dan Y2 secara keseluruhan (gabungan) dinyatakan reliabel. Maka, instrumen pertanyaan pada kuesioner layak untuk dijadikan alat ukur yang dipercaya.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Tabel 4.3 Uji Normalitas Kolmogorov-Simrnov X dan Y1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			99
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.72181404
Most Extreme Differences	Absolute		.089
	Positive		.066
	Negative		-.089
Test Statistic			.089
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.051
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.052
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.046
		Upper Bound	.058

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 957002199.

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Uji Normalitas pada penelitian ini, menggunakan metode Kolmogorov-Somrnov dimana data dinyatakan normal ketika nilai residual > 0.05. Dasar pada pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Nilai residual berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05
- Nilai residual tidak berditribusi normal jika signifikansi kurang dari 0,05

Hasil yang diperoleh pada data uji normalitas Kolmogorov-Somrnov variabel X dan Y1 memperlihatkan nilai asymp sig. (2-tailed) sebesar 0,051. Sehingga, asumsi normalitas terpenuhi dan nilai berdistribusi normal.

Tabel 4.4 Uji Normalitas Kolmogorov-Simrnov X dan Y2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.47890628
Most Extreme Differences	Absolute		.082
	Positive		.055
	Negative		-.082
Test Statistic			.082
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.093
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.093
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.086
		Upper Bound	.101

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Uji Normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Somrnov dimana data dinyatakan memenuhi normalitas ketika residual > 0,05. Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- Apabila signifikansi bernilai lebih besar dari 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal
- Apabla signifikansi bernilai lebih kecil dari 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal

Hasil yang diperoleh pada data uji normalitas Kolmogorov-Somrnov variabel X dan Y2 menunjukan bahwa nilai asymp sig.(2-tailed) sebesar 0,093. Maka dari itu, dapat disimpulkan apanbila asumsi normalitas terpenuhi, sehingga nilai berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Heteroskeditas

Uji Heteroskedasitas menggunakan SPSS dengan uji glejser. Uji heteroskedastisitas memiliki kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan (p-value) semua variabel independen > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- Jika nilai signifikan (p-value) semua variabel independen < 0,05 maka terjadi heteroskedasitas

Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas X dan Y1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.107	1.492		.742	.460
	X1	.003	.023	.011	.112	.911

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Berdasarkan data tersebut, maka dapat dilihat bahwa nilai p-value pada variabel X dan Y1 adalah lebih dari 0,05 yaitu 0,911. Sehingga dapat disimpuulkan bahwa dalam model regresi penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas X dan Y2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.549	1.205		2.115	.037
	X1	-.021	.018	-.118	-1.175	.243

a. Dependent Variable: Y2

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Berdasarkan data tersebut, maka bisa dilihat bahwa nilai p-value pada variabel X dan Y2 adalah lebih dari 0,05 yaitu 0,243. Maka, dapat disimpulkan bahwa dalam model penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas di penelitian ini.

4.4 Pengujian Hipotesis

4.4.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini terdir dari variabel X1, Y1, dan Y2. Sehingga analisis yang digunakan merupakan 2 kali uji regresi linear sederhana dengan pengujian pertama pada X1 terhadap Y1 dan pengujian kedua yaitu X1 terhadap Y2.

Tabel 4.7 Analisis Regresi Linear Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X) Terhadap Minat Berkain (Y1*)*

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.359	2.229		1.507	.135
	Daya Tarik Influencer	.277	.034	.640	8.202	<.001

a. Dependent Variable: Minat Berkain

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Menurut tabel diatas disusun persamaan regresi sebegai berikut:

$$Y1 = a + b\ X$$

$$Y1 = 3{,}359 + 0{,}277\ (X)$$

Konstanta sebesar 3,359 berarti bahwa nilai konsisten variabel daya tarik Influencer yaitu sebesar 3,359 satuan. Koefisien regresi X yaitu 0,277 menunjukan apabila setiap penambahan 1% nilai minat berkain, maka nilai

pemulihan daya tarik Influencer bertambah sebesar 0,277 dikarenakan koefisien regresi tersebut memiliki nilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel daya tarik Influencer (X) terhadap variabel minat berkain (Y1) adalah positif.

Tabel 4.8 Analisis Regresi Linear Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X) Terhadap Kepercayaan Diri (Y2)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.222	1.913		2.730	.008
	Daya Tarik Influencer	.188	.029	.549	6.497	<.001

a. Dependent Variable: Kepercayaan Diri

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Menurut tabel diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y1 = a + b\ X$$

$$Y1 = 5{,}222 + 0{,}188\ (X)$$

Konstanta sebesar 5,222 berarti adanya nilai konsisten variabel daya tarik Influencer yaitu sebesar 5,222 satuan. Koefisien regresi X sebesar 0,188 menunjukan bahwa setiap penambahan 1% nilai daya tarik Influencer, maka nilai kepercayaan diri bertambah sebesar 0,188 dikarenakan koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga, dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel daya tarik Influencer (X) terhadap kepercayaan diri (Y2) adalah positif.

4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi Daya Tarik Infleuncer (X) Dengan Minat Berkain (Y1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640[a]	.410	.403	1.731

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Influencer

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai determinasi (*R-Square*) yaitu sebesar 0,410. Pada nilai tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan variabel daya tarik Influencer dan minat berkain sebesar 41% sedangkan sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak dmasukan dan diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi Daya Tarik Influencer (X) Dengan Kepercayaan Diri

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.549[a]	.301	.294	1.486

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Influencer

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai determinasi (R-Square) yaitu sebesar 0,301. Pada nilai tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan variabel daya tarik Influencer dan kepercayaan diri sebesar 30,1% sedangkan sisanya 69,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak dimasukan dan diteliti pada penelitian ini.

4.4.3 Hasil Uji T (Parsial)

Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- Apabila t hitung bernilai lebih besar dari t tabel artinya variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y
- Apabila t hitung bernilai lebih kecil dari t tabel artinya variabel X tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y

Tabel 4.11 Hasil Uji T Variabel Daya Tarik Influencer (X) Dengan Minat Berkain (Y1)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.359	2.229		1.507	.135
	Daya Tarik Influencer	.277	.034	.640	8.202	<.001

a. Dependent Variable: Minat Berkain

Sumber: diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Berdasarkan table tersebut terdapat nilai signifikansi yaitu 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung (8,202) > t tabel (1,984). Maka kesimpulannya yaitu H1 yang berarti ada pengaruh antara daya tarik Influencer (X) terhadap minat berkain (Y1).

Tabel 4. 12 Hasil Uji T Variabel Daya Tarik Influencer (X)

Dengan Kepercayaan Diri (Y2)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.222	1.913		2.730	.008
	Daya Tarik Influencer	.188	.029	.549	6.497	<.001

a. Dependent Variable: Kepercayaan Diri

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Maret 2025

Berdasarkan tabel tersebut terdapat nilai signifikasi yaitu 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung (6,497) > (1,984). Maka kesimpulannya adalah H1 yang berarti ada pengaruh antara daya tarik Influencer (X) terhadap kepercayaan diri (Y2).

4.5 Pembahasan (Analisis Temuan Berdasarkan Teori)

Penelitian ini menunjukan bahwa pendekatan retorika yang dikemukakan oleh Aristoteles melalui tiga dimensi utama: ethos, pathos, dan logos yang memiliki hubungan yang signifikan antara variabel daya tarik personal *Influencer* terhadap variabel minat berkain dan kepercayaan diri followers Tiktok @raniaayamin. Berdasarkan analisis kauntitatif, ketiga elemen tersebut dapat di identifikasi sebagai faktor-faktor variabel independen yang secara statistik mempengaruhi variabel dependen, yaitu meningkatnya minat berkain dan rasa percaya diri followers.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Rania Yamin sebagai Influencer memiliki dampak signifikan terhadap minat berkain dan kepercayaan diri pengikut Tiktok @raniaayamin, yang dapat dianalisis melalui teori Retorika (*Logos, Ethos,*

Pathos). Dalam kerangka teori ini, setiap tahap memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat berkain dan kepercayaan dir *followers* @raniaayamin.

Pada tahap *Ethos*, Kredibilitas Rania Yamin sebagai Influencer berkain tradisional, memberikan pengaruh signiifikan terhadap minat berkain dan kepercayaan diri followers Tiktok @raniaayamin. Kredibilitas ini diperkuat oleh latar belakang Rania sebagai cucu Mangkunegaraan yang tingggal di Istana Mangkunegaraan memberikan legitimasi nilai budaya yang tinggi. Secara statistik, *ethos* menunjukkan korelasi positif yang kuat dengan tingkat minat berkain dan kepercayaan diri followers dalam menggunakan kain tradisional.

Pada tahap *Pathos* (Emosi), pathos ditunjukan dari bagaimana Rania menyampaikan perasaan bangga menjadi bagian budaya Indonesia melalui berkain pada konten. Hasil penelitian menunjukan bahwa intensitas emosional konten visual dan narasi Rania memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkain dan kepercayaan diri followers Tiktok @raniaayamin. Hubungan ini didukung oleh nilai korelasi yang signifikan yang ditunjukan hasil statistik aspek *ethos* merupakan prediktor kuat meningkatnya minat berkain dan kepercayaan diri followers.

Pada tahap *Logos* (Logika), logos ditunjukan melalui pengetahuan Rania Yamin tentang kain tradsional. Dan keterlibatannya dalam acara budaya yang memberikan landasan rasional bagi followers memahami nilai penting pelestarian budaya. Hasil penelitian menunjukan bahwa elemen logos berkontribusi signifikan dalam mempengaruhi sikap dan perilaku followers dengan hubungan antara

pengetahuan Rania tentang budaya tradisional dengan minat berkain dan kepercayaan diri followers

Jadi dapat disimpulkan bahwa, Teori Retorika Aristoteles terbukti relevan dan efektif sebagai kerangka analisis dalam penelitian ini. Teori tersebut mampu menjelaskan mekanisme komunikasi persuasi yang terjadi melalui media sosial, khususnya bagaimana aspek kredibilitas, emosi, dan logika dari seorang influencer memengaruhi sikap dan perilaku pengikutnya. Temuan ini juga memberikan implikasi penting bagi pengembangan strategi komunikasi budaya dan pemasaran digital, dimana pemahaman mendalam tentang teori retorika dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan engagement dan perubahan sikap positif audiens terhadap produk atau nilai budaya tertentu.

4.5.1 Pengaruh Daya Tarik Influencer (X) Terhadap Minat Berkain (Y1)

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Daya Tarik *Influencer* berpengaruh terhadap Minat Berkain. Sehingga H1 menyatakan bahwa terhadap pengaruh Daya Tarik Influencer Rania Yamin terhadap Minat Berkain pada followers Tiktok @raniaayamin **terbukti.** Hasil penelitian ini menjadi temuan baru sehingga dapat menunjang penelitian yang memiliki korelasi dan variabel yang telah dianalisis pada penelitian ini. Berdasarkan hasil peengumpulan data yang dilakukan, terdapat beberaapa faktor pendukung terbentuknya pengaruh daya tarik Influencer Rania Yamin terhadap minat berkain pada followers Tiktok @raniaayamin yaitu media sosial, perkembangan fashion, dan opini publik yang dimiliki respoonden. Dalam

penelitian ini, menunjukan adanya pengaruh yang signifikan antara Daya Tarik Influencer terhadap Minat berkain dengan nilai p value = 0,001 < 0,05.

4.5.2 Pengaruh Daya Tarik Influencer (X) Terhadap Kepercayaan Diri (Y2)

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Daya Tarik *Influencer* memiliki pengaruh terhadap Kepercayaan Diri. Sehingga H2 menyatakan bahwa terdapat pengaruh Daya Tarik Influencer Rania Yamin terhadap Kepercayaan Diri followers Tiktok @raniaayamin **terbukti**. Hasil penelitian ini menjadi temuan baru sehingga dapat menunjang penelitian lain yang memiliki korelasi dan variabel yang telah dianalisis pada penelitian ini. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan, terdapat beberapa faktor pendukung terbentuknya pengaruh daya tarik Influencer terhadap kepercayaan diri pada followers @raniaayamin yaitu seperti presepsi public, media sosial, dan opini public yang dimiliki oleh responden. Dalam penelitian ini meenunjukan pengaruh yang signifikan antara daya tarik Influencer terhadap kepercayaan diri dengan nilai p value = 0,001 < 0,05.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari hasil peneliti yang sudah didapat mengenai ”Pengaruh Daya Tarik *Influencer* Rania Yamin Terhadap Minat Berkain dan Kepercayaan Diri Pada *Followers* Tiktok @raniaayamin”.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian “Pengaruh Daya Tarik *Influencer* Rania Yamin Terhadap Minat Berkain dan Kepercayaan Diri Pada *Followers* Tiktok @raniaayamin” adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Daya Tarik Infleuncer Rania Yamin terhadap Minat Berkain pada followers Tiktok @raniaayamin. Hal ini menunjukan pengaruh yang signifikan pada variabel Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X) terhadap Minat Berkain (Y1). Melihat T hitung yang jauh melampaui T tabel, pengaruh tersebut dapat dikategorikan pada taraf tinggi, karena hubungan atau efek yang terjadi memiliki signifikansi yang kuan dan jelas pada penelitian ini. Hal ini dilihat dari hasil uji T dengan nilai signifikansi 0,001 > 0,05 dan nilai T hitung sebesar 8.202 didapatkan dari nilai T tabeel sebesar 1.984. Hal ini berarti bahwa nilai T hitung > T tabel (8.202 > 1.984). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa $H0$1 ditolak dan H_a1 diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan pada variabel Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X1) terhadap Minat Berkain (Y1).

2. Terdapat pengaruh Daya Tarik influencer terhadap Kepercayaan Diri followers Tiktok @raniaayamin. Hal ini menunjukan pengaruh yang signifikan pada variabel Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X) terhadap Kepercayaan Diri (Y2). Hal ini dilihat dari hasil uji T dengan nilai signifikansi 0,001 > 0,05 dan nilai T hitung sebesar 6.497 didapatkan dari nilai T tabeel sebesar 1.984. Hal ini berarti bahwa nilai T hitung > T tabel (6.497 > 1.984). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa $H01$ ditolak dan $Ha1$ diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan pada variabel Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X1) terhadap Kepercayaan Diri (Y2).
3. Terdapat hubungan signifikan antara minat berkain dan kepercayaan diri sebagai respon terhadap daya tarik Influencer. Hal ini dilihat dari hasil uji T menunjukan bahwa pengaruh tersebut signifikan, ditunjukan oleh nilai T hitung Minat Berkain (Y1) sebesar 8.202 dan T hitung Kepercayaan Diri (Y2) sebesar 6.497. Dari hasil tersebut dapat disimpulan $H03$ ditolak dan $Ha3$ diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan pada variabel Daya Tarik Influencer Rania Yamin (X1) terhadap Minat Berkain (Y1) dan Kepercayaan Diri (Y2).
4. Hasil analisis penerapan *Rethorica Theory* dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan pada pengaruh daya tarik *Inflluencer* terhadap minat berkain dan kepercayaan diri pada *followers* Tiktok @raniaayamin. Pada hal ini dilihat dari aspek *ethos* (kredibilitas sumber), *pathos* (emosi), dan *logos* (logika), yang membangun keterikatan dalam meningkatkan minat berkain dan mendorong kepercayaan diri *followers* Tiktok. Sejumlah

responden menunjukan kecenderungan melihat Rania Yamin memiliki daya tarik sebagai Influencer yang mempengaruhi minat berkain dan kepercayaan diri followersnya pada beberapa aspek. Penggunaan teori retorika efektif menjadikan Rania Yamin tidak hanya sebagai Influencer tetapi juga sebagai komunikator yang mampu mempengaruhi pengikutnya dalah segi perilaku (minat berkain) dan psikologis (kepercayaan diri).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman penelitian yang dilakukan, ada beberapa keterbatasan yang dialami peneliti, sehingga dapat menjadi faktor yang harus diperhatikan bagi peneliti selanjutnya:

1. Pada penelitian ini, terdapat keterbatasan metodologi yaitu terletas pada ruang lingkup sampel yang hanya mencangkup followers Tiktok @raniaayamin dan mengetahui Rania Yamin. Sehingga pada penelitian ini belum bisa digeneralisasikan lagi pada lingkup penelitian yang lebih luas.
2. Keterbatasan jumlah responden penelitian yang hanya mengkaji 100 followers dari satu akun @raniaayamin saja, sedangkan saat ini outfit berkain sudah menjadi populer, sehingga tidak bisa menjangkau populasi dan sampel yang lebih luas dan lebih representatif.
3. Keterbatasan metodologi pada penelitian ini terdapat pada penggunaan data yang berasal dari hasil penyebaran kuesioner. Metode ini memiliki beberapa kelemahan, seperti responden yang tidak dapat memberikan keterangan lebih mendalam karena instrumen pada pertanyaan kuiesioner yang terbatas. Kemungkinan responden memberikan jawaban yang tidak ada di pertanyaan sehingga mempengaruhi akurasi data yang diperoleh.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian ini dan kesimpulan diatas, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai saran pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa ada faktor lain yang berpengaruh lebih besar daripada daya tarik Rania Yamin dalam mempengaruhi minat berkain followers Tiktoknya yaitu sebesar 59%, dan kepercayaan diri followersnya sebesar 69,9%. Sehingga, bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa dapat menggali variabel independent lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Kelemahan penelitian ini terletak pada beberapa item pertanyaan kuesioner yang kurang spesifik dan lebih dari satu gagasan. Sehingga, peneliti menyarankan untuk penelitian berikutnya menggunakan pertanyaan yang spesifik dan fokus agar jawaban responden bisa lebih detail.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU:

Christin, M., Obadyah, A. B., & Ali, D. S. F. (2021). *Transmedia storytelling*. Syiah Kuala University Press.

Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, *25*.

Kriantono, R. (2014). *Teori Public Relation Perspektif Barat dan Lokal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nurcaya, I. A. H. (2021). *Wah! Demam Korea Dorong Daya Beli Masyarakat*.

Pujiastuti, N. S. (2021). Psikologi Komunikasi Digital. In *Manajemen Komunikasi Digital Terkini* (Issue April).

Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. *ALFABETA, Cv*.

Yuliana Rakhawati. (2015). Buku Ajar Metode Penelitian Komunikasi. In *Plant Diversity* (Vol. 39, Issue 6). http://journal.unair.ac.id/MKP@politik-media,-demokrasi-dan-media-politik-article-2202-media-15-category-.html%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.pld.2017.11.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.pld.2017.10.003

Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.

SUMBER JURNAL:

Afriyanti, N. P. (2024). *Pengaruh Terpaan Konten Instagram@ Raniaayamin Terhadap Minat Menggunakan Kain Tradisional (Studi Eksplanatif Pada Followers Akun Instagram@ raniaayamin)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Alfazani, M. R. (2021). Faktor pengembangan potensi diri: Minat/kegemaran, lingkungan dan self disclosure (Suatu kajian studi literatur manajemen pendidikan dan ilmu sosial). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *2*(2), 586–597.

Anggun Putri Nursetyowati, J., Angelina, M., Widyaningrum, S., Akbar Basory, H., Chung Alamar, M., Puncak Tidar Blok no, V. N., Dau, K., Malang, K., & Timur, J. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Keahlian Social Media Influencer Terhadap Purchase Intention Pada Industri Makanan. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, *1*(3), 251–263. https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.268

Aris, N., Setyaningrum, D., Aslam, M., Putri, S., Wulan, T., Nugraha, D. M., & Fu'adin, A. (2023). Pengaruh Budaya Asing Terhadap Kesadaran Kalangan Muda. *Jurnal Pelita Kota*, *4*(2), 419–429. https://ejurnal.universitaskarimun.ac.id/index.php/pelita/

Christin, M., Obadyah, A. B., & Ali, D. S. F. (2021). *Transmedia storytelling*. Syiah Kuala University Press.

Dewi, S. L. (2021). Pengaruh metode mengajar terhadap minat belajar siswa

sekolah dasar pada pelajaran matematika. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, *4*(4), 755–764.

Dila Putri Fatharani, & Dian Widya Putri. (2023). Pengaruh Fashion Influencer Thrift @rayiputra26 terhadap Gaya Busana Followers Instagram @rayiputra26. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 19–24. https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i1.1757

Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, *25*.

Kriantono, R. (2014). *Teori Public Relation Perspektif Barat dan Lokal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mangiring, A. N. (2023). *Perlindungan Hukum Terhadap Motif Tradisional Yang Dipakai Merek Internasional Untuk Tujuan Komersial*.

Masruri, A., Kuntoro, S. A., & Arikunto, S. (2016). Pengembangan kompetensi dan pendidikan berkelanjutan pustakawan PTAIN: Studi kasus di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, *4*(1), 1–14.

Mutalibovna, A. M. (2020). The Modern Importance of Studying the Scientific Heritage of Ibn Khaldun. *International Journal on Integrated Education*, *3*(12), 229–232.

Nurcaya, I. A. H. (2021). *Wah! Demam Korea Dorong Daya Beli Masyarakat*.

Nurhasanah, L., Siburian, B. P., & Fitriana, J. A. (2021). Pengaruh globalisasi

terhadap minat generasi muda dalam melestarikan kesenian tradisional indonesia. *Jurnal Global Citizen: Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*, *10*(2), 31–39.

Pangestu, A., & Sutirna. (2021). Analisis Kepercayaan Diri Siswa Pada Pembelajaran. *Maju*, *8*(1), 118–125.

Pujiastuti, N. S. (2021). Psikologi Komunikasi Digital. In *Manajemen Komunikasi Digital Terkini* (Issue April).

Rachmawati, N. F., & Aji, G. G. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya Dalam Melestarikan Kain Tradisional. *The Commercium*, *7*(1), 179–189. https://doi.org/10.26740/tc.v7i1.55370

Ramadhanty, A., Chandra, N., Ardianto, E., & Budiman, A. (2023). Simbol dan Makna Berkain dalam Kalangan Pecinta Wastra. *Kajian Branding Indonesia*, *5*(2), 127. https://doi.org/10.21632/kbi.5.2.127-139

Rianto, M. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(03), 1858–1865. http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620

Sanjaya, F., & Yuwanto, L. (2019). Budaya berbusana batik pada generasi muda. *Mediapsi*, *5*(2), 88–96.

Setiadi, D. K. (2023). *Tingkat Kredibilitas dan Daya Tarik Keanu Agl sebagai*

Brand Ambassador Pantene Indonesia (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Viewers Iklan Pantene Indonesia x Keanu Agl). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sinaga, D. (2014). *Buku Ajar Statistik Dasar*. Uki Press.

Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, *28*(1), 12.

Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. *ALFABETA, Cv*.

Sugiyono, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra*.

Trismaya, N. (2021). Menafsir Ulang Pemakaian Sneakers Berkain-Kebaya. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, *8*(2), 187–197. https://doi.org/10.36806/.v8i2.89

Wicaksono, M. A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*, *2*(2), 74–85.

Yuliana Rakhawati. (2015). Buku Ajar Metode Penelitian Komunikasi. In *Plant Diversity* (Vol. 39, Issue 6). http://journal.unair.ac.id/MKP@politik-media,-demokrasi-dan-media-politik-article-2202-media-15-category-.html%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.pld.2017.11.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.pld.2017.10.003

Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.

Zahra, N., Raya, J., Sumedang, B., & Jatinangor, K. (2024). *Analisis Media Monitoring : Sentimen Publik Terhadap Inovasi Produk Brand Indomie Pada Periode Maret 2024*. *2*(2).