

BAB V

PENUTUP

5.1. Bahasan

Berdasarkan hasil penelitian dari 102 subjek yang mengisi kuesioner perilaku imitasi paling banyak pada umur 23 dan 22 tahun. Pada kategori Universitas, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun ada sebanyak 25,5%, kemudian UNIPMA dan Politeknik Negeri sebanyak 17,6%, selanjutnya Universitas Merdeka sebanyak 15,7%, dan terakhir STKIP Widya Yuwana dan STIKES Bhakti Husada sebanyak 11,8%. Hasil uji reliabilitas skala imitasi menunjukkan bahwa koefisien alpha cronbach sebesar 0,947 yang artinya skala imitasi pada penelitian ini reliabel karena hasil koefisien alpha cronbach lebih dari 0,8.

Hasil penelitian mengatakan bahwa sebagian besar mahasiswa di Kota Madiun mempunyai perilaku imitasi sedang. Artinya mahasiswa tersebut tidak begitu terpengaruh dengan tontonan video beauty vlogger untuk mereka lakukan imitasi atau peniruan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan penelitian Albert Bandura, teori ini menjelaskan bahwa pemirsa meniru apa yang mereka lihat di televisi, melalui proses *observational learning* (pembelajaran hasil pengamatan) (Ardianto, 2007). Albert Bandura memberikan gambaran tentang teori belajar sosial secara komprehensif yang dapat diaplikasikan untuk memecahkan atau meneliti perubahan perilaku remaja (Yusuf, 2011). Masa usia mahasiswi yang saya teliti yaitu berumur 18 sampai 25 tahun. Mereka dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal atau dewasa madya. Pada umur tersebut, mahasiswi cenderung suka meniru apa yang mereka lihat di media sosial seperti *instagram*, *facebook* maupun *youtube*. Tidak heran jika *beauty vlogger* yang sangat diganderungi oleh kaum hawa terutama pada kategori usia dewasa awal memang memiliki dampak yang tinggi untuk cenderung melakukan perilaku imitasi tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan aspek perilaku imitasi menurut Gerungan (2000) yaitu: 1). Minat perhatian, 2). Sikap menjunjung tinggi/mengagumi hal yang diimitasi, 3). Memiliki penghargaan sosial yang

tinggi. Kemudian didapat hasil skor imitasi dari 102 responden terdapat 57 subjek (55,9%) memiliki perilaku imitasi sedang, hal ini bisa diartikan bahwa sebagian besar mahasiswi memiliki tingkat imitasi yang cukup baik, dan mereka tidak begitu terpengaruh terhadap tontonan youtube beauty vlogger. 22 subjek (21,6%) memiliki perilaku imitasi tinggi yang artinya mereka terpengaruh oleh tontonan video beauty vlogger dan memiliki tingkat yang sangat baik dalam mengimitasi video beauty vlogger. 23 subjek (22,5%) memiliki perilaku imitasi rendah yang artinya mahasiswa tersebut tidak terpengaruh sama sekali terhadap tontonan youtube beauty vlogger dan tidak melakukan perilaku imitasi. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswi di Kota Madiun tidak begitu terpengaruh dengan video youtube beauty vlogger. Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh jurnal dari Zahra Safira dan Anindita STIKOM Interstudi Jakarta Selatan yang berjudul “Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Perilaku Imitasi Siswi SMKN 20 Jakarta” yang menjelaskan bahwa hasil penelitian yang diperoleh yaitu beauty vlogger tidak ada pengaruh yang relevan terhadap perilaku imitasi.

Dalam melakukan penelitian, tentunya terdapat kelemahan yang dimiliki oleh setiap penelitian, kelemahan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan saat pandemi *COVID-19* sehingga dalam mencari responden untuk mengisi kuesioner yang disebar, hanya melalui *whatsapp* dan tidak dapat bertemu langsung dengan responden.
2. Ada beberapa subjek yang diminta untuk mengisi kuesioner lewat *link google drive* dan sudah menyanggupinya tetapi setelah dicek mereka tidak mengisi kuesioner tersebut.
3. Terdapat kesulitan dalam menentukan teknik sampling, sehingga peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* untuk mempermudah dalam mencari subjek untuk mengisi kuesioner penelitian. Dimana peneliti dapat menyebarkan *link* kuesioner dengan meminta subjek untuk mengajak rekan mahasiswi lainnya yang bersedia untuk mengisi kuesioner tersebut dan dapat memenuhi target sebanyak 100 responden.

5.2. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian perilaku imitasi mahasiswa terhadap pengaruh *beauty vlogger* maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswi di Kota Madiun tidak begitu terpengaruh dengan video *beauty vlogger* untuk mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari, dan hal ini dapat diartikan perilaku mereka untuk mengimitasi adalah cukup baik sehingga perilaku imitasi mahasiswa terhadap pengaruh *beauty vlogger* dapat dikategorikan sedang.

5.3. Saran

Berikut beberapa saran yang dapat digunakan bagi kepentingan praktis dan teoritis:

1. Bagi Peneliti

Mengadakan penelitian yang lebih mendalam mengenai perilaku imitasi baik dari penelitian terdahulu maupun wawancara sehingga mendapatkan hasil yang maksimal.

2. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan, pengumpulan, dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan lebih baik lagi.

3. Bagi Mahasiswi

Diharapkan dapat lebih memilih dan menentukan apa yang seharusnya ditiru dan diamati untuk mendapatkan perhatian serta pujian dari orang disekitarnya.

4. Bagi Orang Tua

Diharapkan dapat memberikan dukungan yang positif dan dapat memberikan saran dan masukan yang membangun agar subjek tidak merasa dirinya kurang diperhatikan sehingga mereka berlebihan dalam mengimitasi apa yang diamati dan dirasa baik oleh subjek.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Sikap Manusia: Teori & Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bandura, A. (1971). *Social learning Theory*. New York City: General Learning Press.
- Bandura, A. (2019). *Social Learning Theory*. In *Encyclopedia of Animal Behavior*.
- Carole. (2007). *Psikologi Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Choi, Morawitz Behm. (2017). *Giving A New Makeover To STEAM: Establishing Youtube Beauty Gurus As Digital Literacy Educators Through Messages And Effect On Viewers*. *Computer Science, Psychology*.
- Effendy, Uchjana O. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy. (2006). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.
- Gerungan, W. (2000). *Psikologi Sosial*. Bandung: Rafika Pustaka Pelajar.
- Gerungan. (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- Ghozali. (2009). *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”*. Semarang: UNDIP.
- Hartaji, Damar A. (2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orang Tua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Hurlock. (2006). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Bandung: Erlangga.
- Hutapea, M. (2016). *An analisys of insight of women consumer’s towards cosmetic products. International Jurnal of Management Research & Review*, 246-250.
- Kurniasari, I. (2017). *Pengaruh Country Image Dan Beauty Vlogger Review Terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea pada Situs Althea.kr*. Jurnal bisnis & manajemen Vo 16 Vol 2017.
- Kusuma, N. (2014). *Hubungan Celebrity Worship Terhadap Idola K-Pop (Korean Pop) Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja*. Jakarta: Jasakom.
- Kusumawati & Sinaga. (2018). *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB | Vol, 63(1), 187-196. www.pixability.com
- Muhibbin, S. (2003). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nurhayati. (2009). *Hubungan Membaca Komik Jepang (Manga) dan Perilaku Imitasi Remaja*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Palestin. (2007). *Prinsip-prinsip Etika Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Salemba Medika.
- Perintalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.

- Purwanta, Edi. (2012). *Modifikasi Perilaku: Alternatif Penanganan Anak Berkebutuhan Khusus*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Rakhmat. (2007). *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Santoso, A. (2010). "*Studi Deskriptif Effect Size Penelitian-Penelitian di Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma*". Yogyakarta: Jurnal Penelitian.
- Sarwono, Wirawan S. (2004). *Psikologi Remaja*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Sarwono, Wirawan S. (2017). *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sasmita. (2011). *Korelasi dan Intensitas Menonton Sinetron Remaja "Cookies" di SCTV dan Intensitas Komunikasi dengan Orang Tua Terhadap Perilaku Imitasi Siswi SMA BOPKRI 1*. Yogyakarta.
- Sella, P. (2013). *Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Indosiar (Studi Kasus Perumahan Pondok Karya Lestari Sei Kapih Samarinda)*. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 66-80.
- Sokol, E. (2017). *The World Of Beauty Vloggers On YouTube*. In *Master Thesis, Master Media Studies – Media & Business*.
- Sugiyono. (2008). *Metodologi penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharyat. (2009). *Hubungan Antara Sikap, Minat, dan Perilaku*. *Jurnal Region*, Vol. I No. 20.
- Syah. (2003). *Minat Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Syam, Nina Winangsih. (2012). *Psikologi Sosial Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Walgito. (2003). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Yusuf, Syamsu. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.