

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan/Desain Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, karena fokus utamanya adalah menganalisis hubungan antara vlog dakwah Dhini Aminarti (sebagai variabel bebas) dengan dua variabel terikat, yaitu gaya hidup dan kepribadian Generasi Z. Metode kuantitatif dianggap sesuai karena mampu mengukur dan menguji hubungan antar variabel secara objektif menggunakan data berupa angka. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan gejala sosial secara sistematis berdasarkan hasil pengukuran terhadap variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam pelaksanaannya, data dikumpulkan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang dirancang dengan skala Likert, Responden diminta untuk menilai sejumlah pernyataan yang mewakili masing-masing variabel berdasarkan tingkat persetujuan mereka. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis secara statistik dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25, untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, serta mengukur kekuatan hubungan antar variabel melalui uji regresi linier sederhana.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi seberapa besar pengaruh paparan konten dakwah dalam bentuk vlog terhadap pola hidup dan karakteristik individu Gen Z secara terukur dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Selain itu, pendekatan kuantitatif juga membantu menghasilkan kesimpulan yang didasarkan pada data yang nyata, bukan sekadar asumsi, sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai rujukan bagi penelitian lanjutan atau pengambilan kebijakan terkait dakwah digital di kalangan generasi muda.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif karena penelitian ini mengkaji hubungan atau pengaruh antar variabel, yakni variabel independen (X: vlog dakwah Dhini Aminarti) terhadap dua variabel dependen (Y1: gaya hidup Gen Z dan Y2: kepribadian Gen Z). Dengan desain ini, peneliti dapat mengetahui apakah vlog dakwah yang ditonton berkontribusi secara signifikan terhadap perubahan pola hidup dan pembentukan karakter Gen Z.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok individu dengan kualitas serta karakteristik yang sudah ditentukan³³. Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z yang mengikuti dan menonton konten Vlog Dakwah Dhini Aminarti. Generasi Z yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mereka yang lahir antara tahun

³³ Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, dan Kamaluddin Abunawas, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian," *Pilar* 14, no. 1 (2023): 15–31.

1997 sampai 2012 dan dikenal aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari,³⁴ khususnya YouTube. Responden dalam penelitian ini dari viewers atau penonton yang menonton vlog dakwah Dhini Aminarti pada kanal YouTube Dimas Dhini Official.

Berdasarkan data per tanggal 17 Juni 2025, jumlah penonton secara keseluruhan pada channel YouTube Dhini Aminarti tercatat sekitar 105.468.100 viewers. Angka ini menunjukkan total akumulasi dari semua video yang telah diunggah di channel tersebut. Namun, perlu dipahami bahwa jumlah tersebut bukan hanya berasal dari penonton vlog dakwah saja, tetapi juga mencakup berbagai jenis konten lainnya yang dipublikasikan di channel tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, sampel yang diambil difokuskan pada responden yang pernah menonton vlog dakwah Dhini Aminarti secara spesifik, bukan seluruh kontennya, agar data yang dikumpulkan benar-benar mewakili pengaruh dari konten dakwah terhadap gaya hidup dan kepribadian Gen Z. Pendekatan ini dilakukan untuk menjaga relevansi data dengan fokus penelitian.

2. Sampel

Sampel merupakan perwakilan dari populasi yang diteliti dari populasi yang dijadikan objek pengamatan dalam suatu studi, yang telah ditetapkan dengan benar dan valid³⁵. Penggunaan sampel bertujuan untuk memperoleh

³⁴ Pew Research Center, "Where Millennials End and Generation Z Begins," diakses 15 April 2025, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.

³⁵ Nur Hikmatul Auliya Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Jakarta: Google Buku, 2023), diakses 18 Mei 2025, <https://books.google.co.id/books?id=qijKEAAQBAJ>.

data yang dapat dianalisis tanpa harus melibatkan seluruh anggota populasi. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Dalam hal ini, peneliti memilih responden yang dianggap sesuai dan memiliki keterkaitan dengan topik penelitian³⁶. Adapun syarat atau kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

- 1) Gen Z yang secara aktif mengikuti atau pernah menonton Vlog Dakwah Dhini Aminarti.
- 2) Berusia antara 18-28 tahun.
- 3) Berdomisili di Indonesia.
- 4) Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara online.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = N / (1 + (Ne)^2)$$

Di mana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (dari jumlah Penonton vlog Dhini Aminarti yang mengisi kuesioner)

e = tingkat kesalahan (misalnya 5% atau 0,05)

³⁶ Ma Dolores C. Tongco, "Purposive Sampling as a Tool for Informant Selection," *Ethnobotany Research and Applications* 5 (2007): 147–158, <https://doi.org/10.17348/era.5.0.147-158>.

C. Data dan Sumber Data

1. Data Dalam Penelitian

Data merupakan informasi yang dikumpulkan oleh peneliti melalui proses pencatatan. Data dapat berupa fakta, yaitu informasi yang benar-benar terjadi dan dapat diverifikasi, serta angka, yaitu informasi yang dinyatakan dalam bentuk numerik³⁷. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang dikumpulkan, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data utama yang dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner online yang disebarkan kepada Gen Z yang menonton Vlog Dakwah Dhini Aminarti. Data ini diperoleh secara langsung melalui jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah dirancang untuk mengukur pengaruh vlog dakwah terhadap gaya hidup dan kepribadian mereka.

Langkah-langkah yang diuraikan di bawah ini menjelaskan bagaimana data primer dikumpulkan dalam penelitian ini:

- 1) Penyebaran kuesioner online menggunakan Google Forms melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Twitter, dan sosial media lainnya.
- 2) Pemilihan responden sesuai kriteria purposive sampling, yaitu Gen Z yang pernah menonton vlog dakwah Dhini Aminarti.

³⁷ Salasi Salasi dan Erni Maidiyah, *Statistik Dasar* (Syiah Kuala University Press, 2017), <https://doi.org/10.52574/syiahkualauniversitypress.280>.

- 3) Pengumpulan dan pengolahan data, di mana data yang masuk akan diperiksa kelengkapannya sebelum dianalisis lebih lanjut menggunakan metode statistik.

b. Data Sekunder

Penelitian ini tidak hanya mengandalkan data primer, tetapi juga melibatkan data sekunder sebagai pelengkap analisis. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang relevan, seperti:

- 1) Penelitian terdahulu yang membahas pengaruh media digital terhadap gaya hidup dan kepribadian, khususnya dalam konteks dakwah Islam.
- 2) Artikel jurnal ilmiah yang membahas teori komunikasi, teori pengaruh media, dan psikologi sosial terkait perubahan perilaku akibat paparan konten digital.
- 3) Buku-buku yang menjelaskan konsep gaya hidup, kepribadian, dan pengaruh media sosial terhadap perkembangan karakter individu.

2. Sumber Data dalam Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini adalah segala pihak atau objek yang memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung proses penelitian. Terdapat dua jenis sumber data yang digunakan, yaitu:

- a. Responden, yaitu individu yang dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah generasi Z yang menonton vlog dakwah Dhini Aminarti, yang

memberikan wawasan mengenai bagaimana gaya hidup dan kepribadian mereka mempengaruhi penerimaan pesan dakwah.

- b. Dokumen, yaitu catatan atau bahan kajian yang mengandung data atau informasi yang sesuai dan mendukung pembahasan dalam lingkup penelitian. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini mencakup jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, serta dokumentasi terkait fenomena vlog dakwah dan karakteristik generasi Z.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah metode yang digunakan sebagai sarana pengumpulan informasi oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian³⁸. Dalam penelitian tentang pengaruh gaya hidup dan kepribadian Gen Z dalam vlog dakwah Dhini Aminarti, teknik pengumpulan data menjadi kunci untuk memperoleh pemahaman yang mendalam.

1. Survei online akan digunakan untuk mengumpulkan data dari penonton vlog tersebut. Melalui kuesioner yang dirancang khusus, responden akan diminta untuk menjawab pertanyaan tentang gaya hidup, kepribadian, dan persepsi terhadap konten dakwah dalam vlog Dhini Aminarti. Kuesioner ini akan disebarakan melalui berbagai platform online seperti media sosial, untuk menjangkau responden yang lebih luas.
2. Skala Likert merupakan instrumen pengukuran yang berfungsi untuk mengidentifikasi sikap, pandangan, serta persepsi seseorang terhadap suatu

³⁸ Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: SUKA-Press, 2021), hlm. 67, <https://books.google.co.id/books?id=5ijKEAAQBAJ>.

fenomena tertentu dengan memberikan pilihan jawaban dalam bentuk tingkatan setuju atau tidak setuju³⁹. Skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert pada tahun 1932 dan sering digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengukur variabel yang bersifat subjektif, biasanya berupa skala 1-5 atau 1-7. Skala Likert memungkinkan peneliti untuk mengukur intensitas sikap atau pendapat responden dengan lebih akurat. Dalam penelitian, Skala Likert sering digunakan untuk mengukur variabel seperti kepuasan, motivasi, dan perilaku. Skala ini memiliki kelebihan karena mudah digunakan, efisien, dan dapat diukur secara kuantitatif.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap vlog dakwah serta dampaknya terhadap gaya hidup dan kepribadian mereka. Jawaban responden diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju, masing-masing disingkat menjadi STS, TS, N, S, dan SS.

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Pengaruh Vlog Dakwah Dhini Aminarti

Indikator Vlog Dakwah	Nomor Soal		
	Positif	Negatif	Jumlah
Vlog Dakwah - Informatif	1,2	3,4	4

³⁹ Arif Rachman dkk., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Jakarta: 2024).

Vlog Dakwah - Inspiratif	5,6	7,8	4
-----------------------------	-----	-----	---

Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Gaya Hidup Gen Z

Indikator Gaya Hidup Gen Z	Nomor Soal		
	Positif	Negatif	Jumlah
Gaya Hidup Gen Z - Religius	9,10	11,12	4
Gaya Hidup Gen Z - Konsumtif	13,14	15,16	4
Gaya Hidup Gen Z - Digital	17,18	19,20	4

Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Kepribadian Gen Z

Indikator Kepribadian Gen Z	Nomor Soal		
	Positif	Negatif	Jumlah
Kepribadian Gen Z - Kognitif	21,22	23,24	4
Kepribadian Gen Z – Afektif	25,26	27,28	4
Kepribadian Gen Z - Perilaku	29,30	31,32	4

Tabel 3. 4 Skor Instrumen Penelitian

	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

F. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik statistik dengan SPSS Versi 25, SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) adalah sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data secara statistik. Program ini banyak digunakan dalam penelitian sosial, pendidikan, psikologi, dan bidang lain yang memerlukan pengolahan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, SPSS versi 25 digunakan untuk melakukan analisis terhadap data kuesioner, seperti uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta analisis regresi. Penggunaan SPSS membantu peneliti untuk menyajikan hasil analisis secara lebih sistematis, cepat, dan akurat.

1. Statistik Deskriptif, Statistik deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menyajikan data penelitian secara ringkas dan terstruktur agar lebih mudah dipahami. Teknik ini berfungsi untuk menjelaskan karakteristik data yang diperoleh dari responden, baik berupa

kecenderungan nilai tengah, variasi, maupun sebaran data. Menurut Sugiyono, statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara merepresentasikan atau mengilustrasikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang lebih luas atau membuat generalisasi terhadap populasi yang lebih besar⁴⁰. Dalam penelitian ini, statistik deskriptif dimanfaatkan untuk mengetahui nilai-nilai seperti minimum, maksimum, rata-rata (mean), serta simpangan baku (standard deviation) dari setiap variabel yang diteliti. Adapun variabel yang dianalisis meliputi Vlog Dakwah Dhini Aminarti (X) sebagai variabel bebas, serta Gaya Hidup Gen Z (Y1) dan Kepribadian Gen Z (Y2) sebagai variabel terikat. Hasil dari analisis deskriptif ini menjadi dasar untuk memahami pola data sebelum dilakukan uji statistik lanjutan.

2. Deskripsi Data Responden, untuk mengetahui profil responden dan distribusi jawaban. Deskripsi data responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik individu yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Informasi mengenai responden diperlukan agar dapat diketahui latar belakang serta konteks sosial yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian. Deskripsi ini mencakup aspek-aspek seperti jenis kelamin, usia, domisili, serta durasi waktu yang digunakan untuk menonton vlog dakwah.

⁴⁰ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, diakses 30 Juni 2025, <https://id.scribd.com/document/483432955/STATISTIKA-UNTUK-PENELITIAN-SUGIYONO-pdf>.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas, Untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur dan memiliki tingkat konsistensi yang baik⁴¹. Kedua uji ini penting dilakukan sebelum menganalisis data lebih lanjut, guna menjamin keakuratan dan konsistensi alat ukur. Melalui uji validitas dan reliabilitas ini, peneliti dapat memastikan bahwa instrumen pengumpulan data layak digunakan untuk mengukur variabel Vlog Dakwah, Gaya Hidup, dan Kepribadian Gen Z secara akurat dan konsisten. Untuk mengetahui apakah suatu item kuesioner dapat dianggap valid atau tidak, dilakukan uji validitas dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika nilai korelasi (r hitung) dari suatu item lebih besar dari nilai r tabel yang ditetapkan, maka item tersebut dinyatakan valid karena mampu mengukur aspek yang dimaksud secara tepat. Sebaliknya, jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item dianggap tidak valid karena tidak cukup kuat mewakili konstruk yang ingin diukur⁴². Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% dengan jumlah responden sebanyak 60 orang, sehingga nilai r tabel yang menjadi acuan adalah 0,254. Dengan demikian, setiap item yang memiliki r hitung di atas angka tersebut dinilai layak digunakan sebagai alat pengumpul data.

⁴¹ “Validitas dan Reliabilitas,” diakses 4 Mei 2025, <https://id.scribd.com/document/394955311/Validitas-Dan-Reliabilitas>.

⁴² Surya Eka Priyatna, *Analisis Statistik Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS* (Medan: 2020).

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian pengujian statistik yang dilakukan untuk memastikan bahwa data dalam penelitian memenuhi syarat-syarat dasar penggunaan model regresi linear. Tujuan utama dari uji ini adalah untuk memperoleh hasil analisis yang valid, tidak bias, serta dapat diinterpretasikan secara akurat.

Dalam penelitian ini, dilakukan beberapa jenis uji asumsi klasik, yaitu:

- a. Uji Normalitas, Menggunakan Kolmogorov-Smirnov, data dinyatakan normal jika Asymp. Sig. $> 0,05$ dan dinyatakan tidak berdistribusi normal jika $< 0,05$ ⁴³. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Hal ini penting karena salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi linear adalah bahwa residual atau galat distribusinya harus normal, agar estimasi parameter menjadi valid dan dapat dipercaya.
- b. Uji Multikolinearitas, Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan yang terlalu kuat antar variabel bebas. Jika antar variabel independen saling berkorelasi tinggi, maka hasil analisis bisa menjadi tidak akurat karena terjadi tumpang tindih informasi. Oleh karena itu, model regresi yang baik seharusnya bebas dari gejala multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

⁴³ Surya Eka Priyatna, *Analisis Statistik Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS* (Medan: 2020).

- 1) Jika nilai Tolerance lebih dari 0,10, maka tidak ada indikasi multikolinearitas. Sebaliknya, jika kurang dari 0,10, maka ada potensi hubungan yang kuat antar variabel bebas.
- 2) Untuk VIF, nilai di bawah 10 menandakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan nilai di atas 10 menunjukkan bahwa multikolinearitas mungkin terjadi dalam model.

Dengan demikian, Tolerance dan VIF menjadi indikator penting untuk memastikan bahwa variabel-variabel dalam model regresi berdiri sendiri dan tidak saling mempengaruhi secara berlebihan.

- c. Uji Heteroskedastisitas, dilakukan dengan uji Glejser, data bebas heteroskedastisitas jika signifikansi $> 0,05$. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada setiap nilai prediksi. Dalam model regresi yang baik, varians residual seharusnya konstan (homoskedastisitas). Jika varians residual berubah-ubah, maka terjadi heteroskedastisitas, yang dapat mempengaruhi keakuratan hasil estimasi. Penelitian ini menggunakan Uji Glejser untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen, kemudian melihat nilai signifikansinya.
- d. Selain itu, dilakukan juga Uji Linearitas untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linier

sehingga model regresi linier layak digunakan dan juga untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen ($Y1$ dan $Y2$).

Jika nilai $p\text{-value} < 0,05$, maka hipotesis diterima, yang berarti vlog dakwah memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup dan kepribadian Gen Z.

Persamaan regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Gaya Hidup / Kepribadian Gen Z

X = Vlog Dakwah Dhini Aminarti

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error (residual)

5. Uji Hipotesis dengan Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara statistik. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah regresi linier sederhana, karena hanya melibatkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat pada setiap analisis.

Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji dan menjelaskan sejauh mana Vlog Dakwah Dhini Aminarti (X) memberikan pengaruh terhadap Gaya Hidup Gen Z (Y1) dan Kepribadian Gen Z (Y2) secara terpisah.

- a. Uji T, atau dikenal juga sebagai uji parsial, digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara terpisah. Uji ini membantu peneliti mengevaluasi kontribusi masing-masing variabel bebas dalam model regresi.
- b. Uji F, digunakan untuk menilai apakah model regresi secara keseluruhan layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen. Dengan kata lain, uji ini menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- c. Koefisien Determinasi (R^2), yang dilambangkan dengan R^2 (R-squared), digunakan untuk menunjukkan seberapa besar proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi.