BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, aktivitas dakwah di Indonesia terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah secara langsung di masjid atau majelis taklim, tetapi juga berkembang melalui media digital yang mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas dan cepat. Perubahan pola komunikasi masyarakat yang semakin dekat dengan teknologi membuat metode penyampaian dakwah juga ikut berubah. Hal tersebut menunjukkan bahwa dakwah harus mampu mengikuti perkembangan zaman agar pesan yang disampaikan tetap relevan dan mudah diterima oleh masyarakat modern. Kehadiran media digital akhirnya membuka ruang baru bagi aktivitas dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, metode penyampaian dakwah mengalami perubahan yang cukup signifikan. Jika pada masa sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan melalui ceramah secara langsung di masjid, majelis taklim, maupun forum keagamaan, kini aktivitas dakwah telah berkembang dengan memanfaatkan berbagai media digital. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh berkembangnya teknologi informasi yang mengubah pola komunikasi masyarakat dari komunikasi tatap muka menjadi komunikasi berbasis internet. Kondisi ini mendorong para pendakwah untuk melakukan inovasi dalam menyampaikan pesan keagamaan agar tetap relevan dengan perkembangan zaman serta mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas. Pemanfaatan media digital dalam aktivitas dakwah kemudian dikenal

sebagai *dakwah digital*, yaitu proses penyampaian pesan-pesan Islam melalui media berbasis internet sehingga dapat diakses oleh masyarakat kapan saja dan di mana saja (Nasrullah, 2020). Dalam praktiknya, keberhasilan komunikasi dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyusun pesan secara sistematis dan logis, di mana penyampaian argumentasi yang runtut dapat membantu audiens memahami pesan yang disampaikan dengan lebih baik (Ridwan, 2013: 53).

Dakwah digital memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi keagamaan. Kehadiran internet memungkinkan seseorang mempelajari ajaran Islam tanpa harus datang secara langsung ke majelis ilmu, karena berbagai materi dakwah telah tersedia dalam bentuk video, audio, artikel, maupun siaran langsung yang dapat diakses melalui berbagai media digital. Selain memperluas jangkauan dakwah, media digital juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pendakwah dengan audiens melalui fitur komentar, pesan, maupun forum diskusi. Interaksi tersebut menjadikan dakwah tidak lagi berlangsung secara satu arah, tetapi berkembang menjadi proses komunikasi yang lebih partisipatif sehingga masyarakat dapat memberikan tanggapan maupun mengajukan pertanyaan terkait materi yang disampaikan. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang mendukung proses pembelajaran Islam secara lebih terbuka.

Meningkatnya aksesibilitas internet di tanah air berbanding lurus dengan masifnya aktivitas dakwah digital. Rilisan data APJII (2025) mencatat tingkat penetrasi internet nasional telah menembus 79,5% (setara 221 juta pengguna). Data tersebut menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia dalam berbagai aktivitas, seperti memperoleh informasi, berkomunikasi, bekerja, belajar, hingga memenuhi kebutuhan spiritual melalui

berbagai konten keagamaan. Tingginya tingkat penetrasi internet memberikan peluang yang besar bagi para pendakwah untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana penyampaian pesan dakwah sehingga dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (APJII, 2025).

Perkembangan internet turut mendorong meningkatnya penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi masyarakat. Media sosial memungkinkan setiap individu untuk memproduksi, menyebarkan, serta memperoleh berbagai informasi dengan cepat melalui perangkat digital yang dimiliki. Karakteristik media sosial yang interaktif menjadikan proses komunikasi tidak lagi berlangsung secara satu arah, melainkan memungkinkan terjadinya komunikasi timbal balik antara pembuat konten dengan pengguna. Kondisi tersebut menjadikan media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang sebagai media pendidikan, pemasaran, kampanye sosial, hingga penyampaian pesan-pesan keagamaan. Berbagai lembaga maupun tokoh agama mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan media konvensional (Nasrullah, 2020).

Di antara berbagai kelompok pengguna media sosial, masyarakat dari berbagai rentang usia dan generasi menunjukkan tingkat penggunaan internet dan media sosial yang semakin tinggi. Perkembangan teknologi digital membuat media sosial tidak lagi digunakan oleh kelompok usia tertentu saja, tetapi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari berbagai kalangan. Media sosial dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas, seperti mencari informasi, belajar, berkomunikasi, mengikuti perkembangan terkini, memperoleh hiburan, hingga mendapatkan pengetahuan keagamaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang cukup besar dalam membentuk pengetahuan, sikap, maupun perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Namun demikian, kemudahan dalam mengakses informasi melalui media sosial juga menghadirkan tantangan tersendiri. Arus informasi yang sangat cepat menyebabkan pengguna menerima berbagai jenis informasi dengan kualitas yang beragam. Tidak semua informasi yang beredar memiliki tingkat akurasi maupun kredibilitas yang sama. Oleh sebab itu, kemampuan dalam memahami, menyeleksi, menganalisis, serta mengevaluasi informasi menjadi kebutuhan penting bagi setiap pengguna media, tanpa terbatas pada kelompok usia atau generasi tertentu. Kemampuan tersebut dikenal sebagai Literasi Media Tabligh, yaitu kemampuan seseorang dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, serta menciptakan makna dari berbagai informasi yang diterima melalui media. Menurut W. James Potter (2021), Literasi Media Tabligh merupakan seperangkat perspektif yang digunakan seseorang secara aktif ketika mengakses media sehingga individu mampu memahami, menginterpretasikan, dan mengevaluasi pesan yang diterimanya secara kritis.

Dalam konteks media sosial, salah satu media yang memiliki tingkat penggunaan tinggi di berbagai kalangan adalah TikTok. Pengguna TikTok berasal dari latar belakang usia dan generasi yang beragam, sehingga informasi dan konten yang disampaikan melalui media tersebut dapat diterima oleh masyarakat dengan karakteristik yang berbeda-beda. Beragamnya pengguna juga membuat kemampuan dalam memahami dan menilai informasi yang diterima menjadi semakin penting. Oleh karena itu, Literasi Media Tabligh menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam melihat bagaimana pengguna menerima, memahami, serta mengevaluasi berbagai informasi yang disampaikan melalui TikTok.

TikTok merupakan media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna membuat, mengunggah, dan membagikan berbagai jenis konten secara mudah dan cepat. Karakteristik video yang singkat, menarik,

dan interaktif membuat TikTok banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kelompok usia dan generasi. Pengguna dapat menemukan beragam informasi melalui TikTok, mulai dari hiburan, pendidikan, gaya hidup, kesehatan, hingga informasi keagamaan. Keberagaman konten tersebut menjadikan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai salah satu media yang digunakan masyarakat untuk memperoleh dan menerima berbagai informasi dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan TikTok menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana hiburan. Saat ini, TikTok juga dimanfaatkan sebagai media edukasi dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Berbagai lembaga, organisasi, maupun individu memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan informasi yang dianggap penting kepada khalayak. Kemampuan TikTok dalam menjangkau audiens secara luas menjadikan media sosial ini sebagai salah satu sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan berbagai jenis pesan kepada masyarakat.

Salah satu fenomena komunikasi digital yang menarik untuk dikaji dalam perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah aktivitas komunikasi melalui akun TikTok Anselma Putri (@akuansellma). Akun tersebut memanfaatkan format video pendek untuk menyampaikan berbagai konten yang dekat dengan kehidupan followers, mulai dari pengalaman keseharian, gaya hidup, konten edukatif, hingga pesan-pesan yang memiliki muatan nilai keislaman. Salah satu karakteristik yang tampak dalam penyajian kontennya adalah representasi gaya hidup perempuan berhijab yang dikemas dalam komunikasi digital yang ringan, visual, personal, dan sesuai dengan karakter media sosial.

Keberadaan unsur edukasi, gaya hidup berhijab, dan pesan bernuansa Islami tersebut memberikan relevansi terhadap kajian Komunikasi dan

Penyiaran Islam. Dalam konteks ini, tabligh tidak hanya dipahami dalam bentuk ceramah keagamaan secara formal, tetapi juga sebagai proses penyampaian nilai dan pesan Islam melalui berbagai media komunikasi. Media sosial memungkinkan pesan keislaman hadir melalui bentuk komunikasi yang lebih dekat dengan pengalaman keseharian khalayak. Dengan demikian, konten digital dapat memiliki fungsi edukatif sekaligus menjadi ruang penyampaian nilai-nilai Islam kepada masyarakat.

Secara keilmuan, penelitian ini berada dalam wilayah kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya pada proses tabligh melalui media digital. Relevansi tersebut dapat dilihat dari unsur komunikator, pesan, media, dan khalayak yang menjadi bagian dari proses komunikasi. Anselma Putri diposisikan sebagai komunikator digital, konten TikTok menjadi pesan sekaligus media penyampaian, sedangkan followers merupakan khalayak yang menerima dan mengolah pesan. Dalam konteks KPI, perhatian penelitian tidak hanya diarahkan pada bagaimana pesan disampaikan, tetapi juga pada bagaimana khalayak memahami, mempertimbangkan, mengevaluasi, dan memberi makna terhadap pesan yang diterimanya. Oleh karena itu, penggunaan Elaboration Likelihood Model (ELM) dan konsep Literasi Media Tabligh menjadi relevan untuk menjelaskan proses penerimaan pesan tabligh dalam lingkungan komunikasi digital.

Pemilihan akun @akuansellma sebagai objek penelitian tidak berarti bahwa seluruh konten yang dipublikasikan dikategorikan sebagai dakwah formal. Penelitian ini menempatkan akun tersebut sebagai ruang komunikasi digital yang di dalamnya terdapat unsur edukasi, gaya hidup berhijab, pesan moral, serta nilai-nilai Islami yang dapat diterima dan diproses secara berbeda oleh followers. Hal tersebut penting untuk ditegaskan agar posisi objek

penelitian tetap sesuai dengan wilayah kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus tidak mengabaikan keragaman karakter konten pada akun tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana followers memproses pesan melalui jalur sentral dan jalur periferal serta bagaimana proses tersebut memengaruhi kemampuan mereka dalam memahami dan mengevaluasi pesan media. Penelitian ini secara khusus menempatkan proses tersebut dalam konteks Komunikasi dan Penyiaran Islam melalui konsep Literasi Media Tabligh. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **"Pengaruh Elaboration Likelihood Model (ELM) terhadap Literasi Media Tabligh Followers Akun TikTok (Studi Survei Akun TikTok Anselma Putri)"**.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana *Elaboration Likelihood Model* (ELM) pada Akun Anselma Putri?
2. Bagaimana Literasi Media Tabligh pada *Followers* Akun TikTok Anselma Putri?
3. Bagaimana Pengaruh *Elaboration Likelihood Model* (ELM) Terhadap Literasi Media Tabligh *Followers* Akun TikTok Anselma Putri?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *Elaboration Likelihood Model* pada Akun TikTok Anselma Putri.
2. Untuk mengetahui Literasi Media Tabligh *Followers* akun TikTok Anselma Putri.
3. Untuk mengetahui Pengaruh *Elaboration Likelihood Model (ELM)* Terhadap Literasi Media Tabligh *Followers* Akun TikTok Anselma

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Putri.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya mengenai tabligh dan penerimaan pesan melalui media digital. Penelitian ini juga diharapkan memperluas penggunaan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dalam mengkaji bagaimana khalayak memproses pesan yang disampaikan melalui media sosial serta keterkaitannya dengan literasi media tabligh. Secara akademis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji komunikasi persuasif, tabligh digital, literasi media, komunikasi dakwah, dan perilaku khalayak dalam menghadapi pesan keagamaan di media sosial.

1.4.2 Manfaat secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengguna media sosial agar lebih kritis dalam menerima, memahami, mengevaluasi, dan menyebarkan informasi, khususnya informasi yang berkaitan dengan nilai dan pesan keagamaan. Bagi kreator konten, hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun konten yang tidak hanya menarik dari aspek visual dan gaya penyampaian, tetapi juga memiliki substansi pesan yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Bagi praktisi Komunikasi dan Penyiaran Islam, penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai pentingnya memahami proses penerimaan khalayak dalam mengembangkan strategi tabligh melalui media digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yang dikembangkan oleh Richard E. Petty dan John T. Cacioppo sebagai landasan utama untuk menjelaskan proses penerimaan pesan. ELM memandang bahwa individu tidak selalu mengolah setiap informasi dengan tingkat kedalaman yang sama. Cara seseorang memproses pesan dipengaruhi oleh kondisi penerima pesan, terutama motivasi dan kemampuan dalam melakukan elaborasi terhadap informasi yang diterima.

ELM membedakan proses pengolahan pesan ke dalam dua jalur, yaitu *central route* dan *peripheral route.* Jalur sentral berkaitan dengan keterlibatan individu dalam menelaah isi pesan secara lebih mendalam. Pada jalur ini, penerima pesan memperhatikan kualitas informasi, kekuatan argumen, serta relevansi pesan sebelum membentuk penilaian. Sementara itu, jalur periferal lebih berkaitan dengan penggunaan isyarat pendukung yang berada di luar substansi utama pesan, seperti kredibilitas komunikator, daya tarik, popularitas, gaya komunikasi, dan tampilan visual.

Kedua jalur tersebut digunakan untuk memahami perilaku *followers* akun TikTok @akuansellma ketika menerima informasi melalui konten Anselma Putri. *Followers* yang memiliki perhatian dan kemampuan untuk mengolah informasi secara mendalam dapat lebih banyak menggunakan jalur sentral. Sebaliknya, ketika perhatian terhadap isi pesan relatif rendah, unsur-unsur periferal yang terdapat dalam penyajian konten dapat menjadi pertimbangan dalam penerimaan pesan.

Dengan demikian, ELM dipandang sesuai dengan penelitian ini karena dapat menjelaskan proses pengolahan pesan yang terjadi ketika

followers berhadapan dengan konten media sosial. Jalur sentral dan jalur periferal selanjutnya dijadikan dimensi variabel *Elaboration Likelihood Model* (X), yang kemudian dianalisis pengaruhnya terhadap Literasi Media Tabligh followers sebagai variabel dependen (Y). Konsep tersebut menjadi dasar bagi penelitian dalam menguji apakah proses pengolahan pesan melalui ELM memiliki pengaruh terhadap kemampuan *followers* dalam memahami dan mengevaluasi informasi.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Perkembangan teknologi komunikasi dan internet telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk informasi keagamaan. Berdasarkan esensinya, dakwah merupakan aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk mengarahkan manusia kepada nilai-nilai kebenaran Islam, di mana proses ini tidak hanya berbentuk penyampaian pesan agama, tetapi juga mencakup upaya membangun pemahaman, sikap, serta perilaku manusia berdasarkan ajaran Islam (Ridwan, 2022: 71). Dakwah Islam memiliki dua dimensi utama yang meliputi dimensi kerisalahan yang berkaitan dengan penyampaian ajaran Islam serta dimensi kerahmatan yang menunjukkan tujuan dakwah untuk menghadirkan Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin* bagi seluruh umat manusia (Ridwan, 2011: 199). Kehadiran media sosial memungkinkan proses penyampaian dakwah tersebut berlangsung lebih cepat, luas, dan interaktif dibandingkan media konvensional. Melalui *media sosial*, masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat memberikan tanggapan, berdiskusi, serta membagikan kembali informasi kepada pengguna lainnya.

Salah satu *platform media sosial* yang banyak dimanfaatkan sebagai sarana *dakwah digital* adalah *TikTok*. Melalui fitur video berdurasi singkat, *TikTok* memungkinkan penyampaian pesan keagamaan dalam bentuk yang

lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami. Keberagaman pengguna *TikTok* dari berbagai kelompok usia dan generasi juga membuat pesan dakwah yang disampaikan melalui media tersebut dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas. Kondisi ini menunjukkan bahwa *TikTok* memiliki potensi sebagai media penyampaian dakwah yang dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat.

Salah satu kreator dakwah yang aktif memanfaatkan *TikTok* adalah Anselma Putri (@akuansellma). Akun tersebut secara konsisten menyajikan konten dakwah yang membahas nilai-nilai keislaman, motivasi, serta pembelajaran agama dengan penyampaian yang sederhana dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Karakteristik penyajian tersebut memungkinkan pengikut memproses pesan dakwah melalui dua jalur sebagaimana dijelaskan dalam *Elaboration Likelihood Model*.

Dalam penelitian ini, *Elaboration Likelihood Model* digunakan untuk memahami bagaimana pengikut akun TikTok @akuansellma mengolah pesan dakwah yang diterima. Agar teori tersebut dapat diukur secara kuantitatif, variabel *Elaboration Likelihood Model* dioperasionalisasikan ke dalam dua dimensi utama, yaitu:

1. *Central Route* (Jalur Sentral), yaitu proses pengolahan pesan secara mendalam berdasarkan kualitas isi pesan. Jalur ini menunjukkan bahwa individu memiliki motivasi dan kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, serta mempertimbangkan argumentasi yang disampaikan dalam konten dakwah.
2. *Peripheral Route* (Jalur Periferal), yaitu proses pengolahan pesan berdasarkan isyarat-isyarat sederhana di luar isi pesan, seperti daya tarik komunikator, kualitas penyajian visual, intonasi penyampaian, popularitas akun, maupun unsur pendukung lainnya.

Sementara itu, variabel Literasi Media Tabligh dipahami sebagai kemampuan individu dalam memahami dan mengolah pesan media secara kritis. Mengacu pada konsep Literasi Media Tabligh yang dikemukakan oleh James W. Potter, Literasi Media Tabligh dalam penelitian ini dioperasionalisasikan melalui tujuh keterampilan kognitif, yaitu *Analysis, Evaluation, Grouping, Induction, Deduction, Synthesis, dan Abstracting.*

1. *Analysis* (Menganalisis), yaitu kemampuan mengidentifikasi dan memahami unsur-unsur yang terdapat dalam pesan media serta mengenali tujuan atau makna yang terkandung di dalamnya.
2. *Evaluation* (Mengevaluasi), yaitu kemampuan menilai kualitas, kredibilitas, dan kebenaran informasi yang diterima dari media.
3. *Grouping* (Mengelompokkan), yaitu kemampuan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan informasi serta mengelompokkan informasi berdasarkan karakteristik tertentu.
4. *Induction* (Induksi), yaitu kemampuan menarik kesimpulan umum berdasarkan informasi atau contoh-contoh yang diperoleh dari media.
5. *Deduction* (Deduksi), yaitu kemampuan menerapkan prinsip atau informasi yang diperoleh untuk memahami kondisi atau situasi tertentu.
6. *Synthesis* (Sintesis), yaitu kemampuan menggabungkan berbagai informasi yang diperoleh dari media sehingga membentuk pemahaman atau pengetahuan baru.
7. *Abstracting* (Mengabstraksi), yaitu kemampuan merangkum inti atau gagasan utama dari suatu pesan media dan menyampaikannya kembali secara ringkas tanpa menghilangkan makna utamanya.

Dalam penelitian ini, istilah **literasi media tabligh** tidak dimaksudkan sebagai teori baru yang berbeda dari konsep literasi media W. James Potter. Istilah tersebut digunakan sebagai penegasan konteks

penelitian dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam. Secara operasional, literasi media tabligh dipahami sebagai kemampuan followers dalam mengakses, memahami, menganalisis, mengevaluasi, mengelompokkan, menyimpulkan, mengintegrasikan, serta merangkum pesan media ketika berhadapan dengan konten yang memiliki dimensi edukatif, moral, dan nilai-nilai keislaman.

Dengan demikian, dasar pengukuran variabel tetap menggunakan tujuh keterampilan kognitif literasi media dari Potter, sedangkan istilah "tabligh" menunjukkan konteks pesan dan wilayah kajian penelitian. Penempatan konteks tabligh tersebut memungkinkan kemampuan literasi media dipahami tidak semata-mata sebagai kemampuan menghadapi informasi digital secara umum, tetapi juga sebagai kemampuan khalayak untuk bersikap kritis dan bertanggung jawab ketika menerima pesan yang memiliki muatan nilai Islam melalui media sosial.

Berdasarkan penjelasan mengenai variabel penelitian tersebut, disusun kerangka konseptual sebagai pedoman untuk memahami hubungan antara *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dengan Literasi Media Tabligh pada pengikut akun TikTok @akuansellma. Kerangka konseptual ini menggambarkan bahwa pengolahan pesan melalui jalur sentral *(central route)* dan jalur periferal *(peripheral route)* dalam *Elaboration Likelihood Model* diduga memiliki pengaruh terhadap Literasi Media Tabligh pengikut akun TikTok @akuansellma. Variabel *Elaboration Likelihood Model* sebagai variabel independen (X) terdiri atas jalur sentral dan jalur periferal, sedangkan Literasi Media Tabligh sebagai variabel dependen (Y) diukur melalui tujuh keterampilan kognitif, yaitu *Analysis, Evaluation, Grouping, Induction, Deduction, Synthesis,* dan *Abstracting*.

Kerangka konseptual tersebut digunakan untuk memperjelas hubungan

antara variabel X dan variabel Y, sekaligus menjadi dasar dalam menentukan indikator pengukuran yang digunakan dalam instrumen penelitian.

TABEL 1.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Elaboration Likelihood Model (X)	*Central Route*	Proses pengolahan pesan secara mendalam oleh *followers* terhadap konten TikTok Anselma Putri.	Memperhatikan isi pesan; memahami informasi; menilai kualitas argumen; menghubungkan pesan dengan kebutuhan.	Likert 1-5
Elaboration Likelihood Model (X)	*Peripheral Route*	Penerimaan pesan yang dipengaruhi faktor pendukung di luar isi pesan.	Kredibilitas komunikator; gaya komunikasi; tampilan visual; popularitas akun.	Likert 1-5
Literasi Media Tabligh (Y)	*Analysis*	Kemampuan memahami unsur pesan dalam konten media.	Mengidentifikasi tujuan konten; memahami unsur pesan.	Likert 1-5
Literasi Media Tabligh (Y)	*Evaluation*	Kemampuan menilai kualitas dan kredibilitas informasi.	Menilai kredibilitas informasi; membedakan informasi terpercaya.	Likert 1-5
Literasi Media Tabligh (Y)	*Grouping*	Kemampuan mengelompokkan informasi.	Mengidentifikasi dan mengelompokkan informasi.	Likert 1-5
Literasi Media Tabligh (Y)	*Induction*	Kemampuan menarik kesimpulan dari informasi.	Menarik kesimpulan; memahami makna pesan.	Likert 1-5
Literasi Media Tabligh (Y)	*Deduction*	Kemampuan menerapkan informasi.	Menghubungkan informasi dengan kondisi nyata; menerapkan pesan.	Likert 1-5
Literasi Media Tabligh (Y)	*Synthesis*	Kemampuan menggabungkan informasi menjadi pemahaman baru.	Membandingkan sumber; mengintegrasikan informasi.	Likert 1-5
Literasi Media Tabligh (Y)	*Abstracting*	Kemampuan merangkum inti pesan.	Menemukan inti pesan; menyampaikan kembali informasi.	Likert 1-5

Sumber indikator: Diadaptasi dari Petty dan Cacioppo (1986) mengenai *Elaboration Likelihood Model* (ELM) serta Potter (2021) mengenai konsep Literasi Media Tabligh.

Adapun alur bagan pembagian variabel pada penelitian ini, dengan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) sebagai variabel bebas (X) dan Literasi Media Tabligh Followers sebagai variabel

terikat (Y) adalah sebagai berikut.

Variabel Independen (X)	Pengaruh	Variabel Dependen (Y)
Elaboration Likelihood Model (ELM) Dimensi: 1. *Central Route* 2. *Peripheral Route*	→ Pengaruh terhadap proses penerimaan dan pengolahan pesan	Literasi Media Tabligh *Followers* Dimensi: 1. Analysis 2. Evaluation 3. Grouping 4. Induction 5. Deduction 6. Synthesis 7. Abstracting

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

1.6 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1) H0 : Tidak terdapat pengaruh *Elaboration Likelihood Model* (ELM) terhadap Literasi Media Tabligh *followers* pada akun TikTok Anselma Putri.

2) Ha: Terdapat pengaruh *Elaboration Likelihood Model* (ELM) terhadap Literasi Media Tabligh *followers* pada akun TikTok Anselma Putri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui observasi media sosial akun TikTok Anselma Putri dan survei dengan menyebarkan kuesioner yang dilakukan pada responden yang telah ditentukan.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, yaitu paradigma yang memandang realitas sebagai sesuatu yang objektif, dapat diukur, dan dapat dijelaskan melalui pengumpulan data secara sistematis menggunakan metode ilmiah (Creswell, 2014). Paradigma ini digunakan untuk menguji pengaruh *Elaboration Likelihood Model* (ELM) terhadap Literasi Media Tabligh pada pengikut akun TikTok @akuansellma.

Paradigma positivistik juga memungkinkan penggunaan instrumen penelitian yang terstandar, seperti kuesioner sehingga data yang diperoleh dapat dikukur secara objektif. Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel *Elaboration Likelihood Model* sebagai variabel independen terhadap Literasi Media Tabligh *followers* akun TikTok Ansellma Putri sebagai variabel dependen.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengumpulan data menggunakann instrumen penelitian dalam pengumpulan data, serta analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mengukur pengaruh *Elaboration Likelihood Model* (ELM) terhadap Literasi Media Tabligh *followers* akun TikTok Ansellma Putri secara objektif dan terukur.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei, Menurut Sugiyono (2019) metode survei merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data mengenai kondisi yang terjadi pada masa lalu maupun masa sekarang, seperti keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, serta hubungan antar variabel dalam suatu populasi. Penelitian bertujuan menguji pengaruh *elaboration Likelihood model* (ELM) khitobah terhadap Literasi Media Tabligh pada *followers* akun TikTok Ansellma Putri @akuansellma. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi. Kuesioner berisi pernyataan terstruktur mengenai persepsi *followers* terhadap akun TikTok Ansellma Putri @akuansellma. Sedangkan observasi digunakan untuk melengkapi data lapangan. Dalam penelitian ini variabel X adalah pengaruh *elaboration Likelihood model* (ELM) dan variabel Y adalah Literasi Media Tabligh.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan jenis data dan sumber data diantaranya ialah sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau dapat diukur secara numerik sehingga dapat dianalisis menggunakan teknik statistik. Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden mengenai pengaruh *Elaboration Likelihood Model* (ELM) terhadap Literasi Media Tabligh *followers* pada akun TikTok Anselma Putri.

Data yang diperoleh berupa jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang menggunakan skala

Likert. Jawaban tersebut kemudian diolah dan dianalisis secara statistik untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel independen, yaitu *Elaboration Likelihood Model* (ELM), dengan variabel dependen, yaitu Literasi Media Tabligh *followers* akun TikTok Ansellma Putri.

2) Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang menjadi asal diperolehnya data dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder.

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut akun TikTok Anselma Putri yang pernah melihat atau mengakses konten yang disampaikan melalui akun tersebut.

Sumber data primer digunakan untuk mengetahui bagaimana proses penerimaan pesan melalui jalur *central route* dan *peripheral route* dalam teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dapat memengaruhi kemampuan Literasi Media Tabligh pengikut akun TikTok Anselma Putri dalam memahami, menganalisis, serta mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui konten TikTok.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh

melalui buku, jurnal ilmiah, artikel, skripsi, penelitian terdahulu, serta sumber referensi lain yang berkaitan dengan *Elaboration Likelihood Model* (ELM), Literasi Media Tabligh, media sosial, TikTok, dan komunikasi digital. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori, mendukung pembahasan penelitian, serta menjadi referensi dalam penyusunan instrumen penelitian.

1.7.5 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pengikut akun TikTok Anselma Putri (@akuansellma). Berdasarkan jumlah pengikut yang tercantum pada akun tersebut, populasi penelitian berjumlah sekitar 2,1 juta pengikut.

Sementara itu, sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan apabila jumlah populasi terlalu besar atau keterbatasan sumber daya membuat penelitian terhadap seluruh populasi tidak memungkinkan (Sugiyono, 2019). Dengan demikian, hasil penelitian pada sampel dapat digeneralisasikan ke populasi selama proses pengambilan sampel dilakukan dengan benar dan representatif.

Karena jumlah pengikut akun TikTok @akuansellma cukup besar, penelitian ini tidak mengambil seluruh anggota populasi. Oleh karena itu, jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%.

Rumus Slovin yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum dari populasi yang diketahui adalah:

$$n = N / [1 + N(e)^2]$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi (2.100.000 pengikut)

e = *Margin of error* / batas toleransi kesalahan (10% atau 0,10)

Langkah Perhitungan:

$n = 2.100.000 / [1 + 2.100.000(0,10)^2]$

$n = 2.100.000 / [1 + 2.100.000(0,01)]$

$n = 2.100.000 / 21.001$

$n = 99,99$

Hitungan matematis via formula Slovin menghasilkan angka presisi n=99,99. Mengingat responden penelitian merupakan individu utuh yang tidak mungkin dibagikan dalam pecahan, dilakukan pembulatan ke atas (rounding up) menjadi 100 sampel guna memenuhi syarat kecukupan data. Oleh karena itu, angka 99,99 dibulatkan secara ilmiah menjadi 100 responden guna menjamin terpenuhinya ambang batas minimum kecukupan sampel, menjaga tingkat presisi data statistik, serta memastikan derajat keterwakilan (*representativeness*) populasi tetap terpenuhi secara maksimal.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Karena inti dari penelitian adalah data, metode pengumpulan data adalah tahap yang sangat penting dalam penelitian. Keberhasilan penelitian sangat dipengaruhi oleh teknik pengumpulan data, sebab pemilihan metode yang sesuai akan menghasilkan informasi yang relevan dan tepat. Pengumpulan data terkait pengaruh *elaboration Likelihood model* (ELM)

terhadap Literasi Media Tabligh pada *followers* akun TikTok Ansellma Putri, penulis memanfaatkan beberapa jenis data, antara lain:

1) Kuesioner Penelitian

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis kuesioner tertutup, karena responden hanya perlu memberikan tanda pada jawaban yang dianggap paling sesuai. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner, yaitu daftar pertanyaan tertulis yang disusun untuk memperoleh tanggapan dari responden. Menurut Sugiyono (2013: 143), pertanyaan tertutup memudahkan responden dalam memberikan jawaban dengan cepat sekaligus mempermudah peneliti dalam menganalisis data yang terkumpul. Selain itu, penelitian ini menggunakan Skala Likert untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Skala Likert yang digunakan berkisar antara 1 hingga 5, sehingga jawaban responden dapat menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan yang diberikan. Tabel berikut menunjukkan skor pada Skala Likert tersebut:

Tabel 1.2 Skor Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013:94)

2) Observasi

Teknik kedua yang peneliti ambil adalah observasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau fenomena tertentu dalam konteks yang sedang diteliti untuk memperkaya informasi pada hasil yang didapatkan dari kuesioner. Menurut Sugiyono (2013: 145), observasi adalah metode pengumpulan data yang unik karena tidak hanya terbatas pada manusia tetapi juga pada objek alam lainnya. Dengan melakukan observasi, peneliti dapat mempelajari perilaku dan memahami maknanya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih valid sekaligus memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh *elaboration Likelihood model* (ELM) terhadap Literasi Media Tabligh pada *followers* akun TikTok Ansellma Putri.

1.7.7 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji validitas dan reliabilitas merupakan tahap krusial dalam penelitian kuantitatif untuk menjamin kualitas instrumen yang digunakan. Untuk menjamin kualitas instrumen yang digunakan dalam penelitian kuantitatif, uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menilai kemampuan alat ukur untuk mengukur variabel yang dimaksudkan. Sementara itu, uji reliabilitas memastikan bahwa hasil pengukuran konsisten meskipun dilakukan berulang kali. Menurut Sekaran dan Bougie (2016: 162), reliabilitas menunjukkan kemampuan instrumen dalam menghasilkan hasil yang sama setiap kali diterapkan.

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas bertujuan memastikan setiap butir pernyataan dalam

kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti.

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana butir-butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan data yang sebenarnya sesuai dengan variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan jumlah sampel sebanyak 100 responden, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,195.

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X

Butir Pernyataan	**Nilai rhitung**	**Nilai rtabel**	**Keterangan**
JS1	0,887	0,195	Valid
JS2	0,922	0,195	Valid
JS3	0,958	0,195	Valid
JS4	0,947	0,195	Valid
JP1	0,957	0,195	Valid
JP2	0,953	0,195	Valid
JP3	0,936	0,195	Valid
JP4	0,937	0,195	Valid

Sumber: Olah data, 2026

Guna menguji kesahihan instrumen, kuesioner dievaluasi memanfaatkan teknik korelasi Pearson Bivariate. Pengujian ini membandingkan skor tiap butir pertanyaan terhadap skor akumulatif variabel, yaitu dengan mengorelasikan skor masing-masing butir pernyataan (JS1–JS4 untuk dimensi Jalur Sentral dan JP1–JP4 untuk dimensi Jalur Periferal) dengan skor total variabel *Elaboration Likelihood Model* (TOTALELMX). Kriteria pengujian didasarkan pada perbandingan nilai rhitung dengan rtabel serta evaluasi nilai probabilitas signifikansi (Sig.). Dengan jumlah sampel (N) sebanyak 100 responden dan taraf signifikansi 5% (α=0,05), diperoleh nilai rtabel sebesar 0,195. Suatu butir kuesioner dinyatakan valid secara keilmuan apabila

memenuhi syarat nilai rhitung >rtabel atau memiliki nilai Sig. (2-tailed) < 0,05.

Berdasarkan sajian data pada tabel hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang mengukur variabel *Elaboration Likelihood Model* (X) dinyatakan valid secara statistik. Kesimpulan ini dibuktikan melalui perolehan nilai rhitung pada kedelapan indikator kuesioner yang secara konsisten berada di atas ambang batas rtabel (0,195), dengan rentang korelasi yang sangat kuat antara 0,887 hingga 0,958. Selain itu, uji signifikansi juga menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai probabilitas mutlak sebesar 0,000, yang mana jauh lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Tingginya angka korelasi ini menegaskan bahwa seluruh butir instrumen saling bersinergi secara sahih dalam mengukur pemrosesan pesan audiens, sehingga kuesioner ini sangat layak dan andal untuk digunakan pada tahapan analisis regresi selanjutnya.

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Butir Pernyataan	**Nilai rhitung**	**Nilai rtabel**	**Keterangan**
LM1	0,964	0,195	Valid
LM2	0,974	0,195	Valid
LM3	0,964	0,195	Valid
LM4	0,979	0,195	Valid
LM5	0,963	0,195	Valid
LM6	0,990	0,195	Valid
LM7	0,925	0,195	Valid

Sumber: Olah data, 2026

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel ringkasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa ketujuh butir pernyataan (LM1–LM7) yang digunakan untuk mengukur variabel Literasi Media Tabligh (Y)

dinyatakan berstatus valid secara statistik. Hal ini dibuktikan secara empiris oleh perolehan nilai r_{hitung} pada masing-masing indikator yang seluruhnya berada jauh di atas nilai ambang batas r_{tabel} (0,195), dengan rentang nilai korelasi positif yang sangat tinggi, yakni merentang dari 0,925 hingga 0,990. Lebih lanjut, tingkat signifikansi pada seluruh butir kuesioner menunjukkan angka 0,000, yang mutlak lebih kecil dari standar 0,05. Tingginya angka korelasi dan nilai signifikansi ini menegaskan bahwa ketujuh indikator tersebut mampu merepresentasikan dimensi-dimensi Literasi Media Tabligh secara konsisten dan presisi

2) Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan tahapan pengujian lanjutan yang wajib dilakukan setelah seluruh butir instrumen kuesioner dinyatakan lolos uji validitas. Pengujian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana keandalan, konsistensi, dan kestabilan suatu alat ukur apabila digunakan secara berulang kali pada subjek atau waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, pengujian konsistensi internal kuesioner dilakukan menggunakan pendekatan statistik *Cronbach's Alpha* melalui bantuan perangkat lunak SPSS. Merujuk pada kaidah statistik yang berlaku secara umum dalam penelitian ilmu sosial (seperti kriteria dari Ghozali atau Sugiyono), suatu instrumen kuesioner dikategorikan reliabel atau andal apabila memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari ambang batas 0,60 (> 0,60). Semakin nilai tersebut mendekati angka 1, maka semakin tinggi dan kokoh tingkat konsistensi instrumen tersebut dalam mengumpulkan data dari responden.

Tabel 3. 3 Uji Reabilitas Variabel X & Y

Variabel Penelitian	**Jumlah Butir (N)**	**Nilai Cronbach's Alpha**	**Batas Kritis**	**Keterangan**
Elaboration Likelihood Model (X)	8	0,979	> 0,60	Reliabel
Literasi Media (Y)	7	0,988	> 0,60	Reliabel

Sumber: Olah data, 2026

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang disajikan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa instrumen kuesioner untuk variabel *Elaboration Likelihood Model* (X) yang terdiri dari 8 butir pernyataan (merupakan gabungan dari dimensi Jalur Sentral dan Jalur Periferal) menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,979. Angka perolehan tersebut melampaui batas kriteria minimum keandalan yang disyaratkan secara amat signifikan, yakni melebihi ambang batas 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen pengukur variabel X memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi (*excellent reliability*). Dengan kata lain, respons atau persepsi kognitif *followers* terhadap indikator-indikator pemprosesan pesan dari konten TikTok Anselma Putri sangatlah konsisten, sehingga alat ukur ini terbukti stabil dan tidak rentan menghasilkan bias akibat kesalahan ukur yang acak (*random error*).

Sejalan dengan hasil pada variabel independen, uji reliabilitas pada variabel dependen Literasi Media Tabligh (Y) yang diukur melalui 7 butir pernyataan juga menunjukkan hasil empiris yang sangat memuaskan. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yang diperoleh mencapai angka 0,988, mutlak lebih besar dari ambang batas toleransi > 0,60. Perolehan skor yang hampir menyentuh angka sempurna (1,00) ini menjadi bukti konkret

bahwa alat ukur dimensi Literasi Media Tabligh dalam penelitian ini memiliki kualitas konsistensi internal yang luar biasa kuat. Secara komprehensif, capaian uji validitas dan uji reliabilitas yang berpredikat sangat baik ini memberikan jaminan metodologis bahwa data yang berhasil dihimpun dari 102 responden adalah data yang sahih, andal, bermutu tinggi, dan sangat layak untuk diproses menuju tahapan pengujian asumsi klasik serta analisis regre

1.7.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis untuk menganalisis data. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokolerasi guna memastikan bahwa data memenuhi syarat-syarat dasar sebelum dilakukan analisis regresi, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipercaya. Setelah itu, dilakukan uji regresi linear sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam hal ini, analisis regresi digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh *elaboration Likelihood mode*l (ELM) terhadap Literasi Media Tabligh *followers* pada akun TikTok Ansellma Putri. Uji regresi meliputi analisis model regresi, koefisien determinasi, dan uji T (parsial) (Sugiyono, 2013 : 147). Teknik analisis data yang digunakan ini menggambarkan kondisi apa adanya berdasarkan data yang dikumpulkan tanpa perubahan.

1) Uji Asumsi Klasik

Berikut beberapa uji yang tercakup kedalam uji asumsi dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut;

(1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau nilai residual memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini

dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, maka data residual terdistribusi secara normal.

(2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi (hubungan yang kuat) antar-variabel independen di dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki gejala korelasi yang tinggi di antara variabel bebasnya. Indikator ada tidaknya multikolinearitas dapat dievaluasi melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Gejala multikolinearitas dinyatakan tidak terjadi apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00.

(3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians (ragam) dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model yang baik mensyaratkan adanya homoskedastisitas (varians yang konstan/stabil). Pengujian ini dilakukan menggunakan Uji Glejser, yakni dengan meregresikan nilai absolut residual (ABSRES) terhadap variabel independen. Kriteria kelolosannya adalah probabilitas signifikansi (Sig.) dari variabel independen harus lebih besar dari 0,05.

(4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi atau hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) dalam suatu model regresi. Autokorelasi umumnya muncul pada data deret waktu (*time series*), namun tetap diuji dalam data *cross-section* kuesioner untuk

memastikan keandalan residual. Pengujian ini menggunakan metode *Durbin-Watson* (DW test), di mana model dinyatakan bebas dari gejala autokorelasi apabila nilai *Durbin-Watson* berada pada kisaran rentang angka 1,50 hingga 2,50.

2) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara satu variabel dengan satu atau lebih variabel lainnya. Menurut Yuliara (2016), apabila variabel bebas yang digunakan hanya satu, maka analisis tersebut disebut regresi linear sederhana. Namun, jika variabel bebasnya lebih dari satu, maka analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Regresi Linear Sederhana merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji sejauh mana hubungan kausal antara variabel independen (X) sebagai faktor penyebab dengan variabel dependen (Y) sebagai akibatnya. Variabel independen atau predictor biasanya dilambangkan dengan X, sedangkan variabel dependen atau response dilambangkan dengan Y (Erzed, 2019).

Persamaan yang mempresentasikan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat

a : Konstanta

b : Koefisien

X : Variabel bebas

3) Uji Hipotesis

Setelah seluruh tahapan uji asumsi klasik dan analisis regresi sederhana terpenuhi, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Karena penelitian ini hanya melibatkan satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y), maka metode statistik yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Sederhana. Pengujian hipotesis ini meliputi Uji Signifikansi Parsial (Uji T) & (Uji Koefisien Determinasi (R-Square).

(1) Uji signifikan Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel serta melihat nilai signifikansi pada hasil pengolahan data menggunakan SPSS.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji T adalah apabila nilai Sig. < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai Sig. > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Pengambilan keputusan juga dapat dilakukan dengan ketentuan T hitung > T tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dalam penelitian ini, uji T digunakan untuk mengetahui apakah *Elaboration Likelihood Model* (ELM) (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Literasi Media Tabligh *Followers* (Y) pada akun TikTok @akuansellma.

(2) Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen (Basuki, 2015). Koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2 (R-Square) dan memiliki nilai antara 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati 0 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen relatif terbatas (Zaenudin, 2018).

Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) (X) dalam menjelaskan Literasi Media Tabligh *followers* (Y). Nilai koefisien determinasi diperoleh dari hasil R-Square pada tabel Model Summary dalam pengolahan data menggunakan SPSS. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan persentase kontribusi variabel X dalam menjelaskan variabel Y, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.