

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Objek Penelitian

Media saat ini telah menjadi akses bagi seluruh lapisan masyarakat dalam menerima dan menyampaikan informasi mengenai berbagai isu. Di Indonesia sendiri sudah mulai banyak akun, baik pribadi maupun komunitas yang membahas mengenai masalah perempuan terkhusus kewanitaan. Dalam media sosial YouTube topik atau materi yang dibagikan beragam tidak hanya sebatas Mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk fenomena alam, dunia hiburan, pendidikan, bisnis, politik, hingga kehidupan pribadi.



Gambar 4. 1. Cover Video Menstrual Cup Titan Tyra  
(Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=kaO\\_i2KOSdl](https://www.youtube.com/watch?v=kaO_i2KOSdl))

Akun media sosial YouTube Titan Tyra hadir sebagai platform digital yang memberikan informasi mengenai skincare, makeup, juga berbagai hal yang bersangkutan dengan seorang perempuan. Dari pembahasan secara keseluruhan yang dipublikasikan di akunnya tersebut, pembahasan mengenai *menstrual cup* pun menjadi topik yang pernah di bahas oleh Titan. Hadirnya akun Titan Tyra di media sosial YouTube ini juga memudahkan para wanita untuk mendapatkan informasi mengenai perawatan diri yang tidak mereka ketahui sebelumnya. Prosesnya yang virtual menyebabkan seluruh konten yang disajikan dalam akun YouTube Titan

Tyra dengan bebas digunakan dengan semua pengguna media sosial YouTube perempuan. Media sosial YouTube Titan Tyra hadir sejak 25 September 2008. Terhitung per tanggal 24 Mei 2023 pukul 14.48 WIB, total subscriber akun YouTube Titan Tyra berjumlah 950 ribu (TitanTyra, 2023).

Pada tanggal 20 Juli 2019 Titan Tyra melalui akun pribadinya di YouTube mengunggah sebuah video mengenai penggunaan produk *menstrual cup* untuk pertama kalinya saat periode menstruasi. Video tersebut memiliki penonton sebanyak 8,5 juta dan respon melalui kolom komentar sebanyak 6.273 komentar. Melalui kolom komentar tersebut mereka membagikan pengalaman yang mereka lakukan mengenai penggunaan *menstrual cup*. Konten ini diunggah berawal dari jarangya wanita Indonesia yang menggunakan *menstrual cup* pada periode menstruasi untuk menampung darah mereka, dan muncul berbagai isu bahwa jika menggunakan produk *menstrual cup* bisa merenggut keperawanan, tidak bisa diambil dari miss V, dan lain sebagainya. Ditambah lagi Indonesia merupakan negara yang masih menganut budaya patriarki dan masih cukup familiarnya kaum feminis.

Munculnya isu tersebut membuat Titan Tyra tertantang untuk mencoba menggunakan sekaligus memberikan *experience* kepada para penontonnya di YouTube dengan mempraktikkan langsung cara menggunakan *menstrual cup*. Meskipun pada video pertamanya tersebut Titan juga masih merasa kurang nyaman dalam menggunakan produk *menstrual cup* selama masa periode menstruasi namun ia masih tetap mengajak para perempuan untuk beralih menggunakan produk tersebut. Hal ini lantaran berdampak positif bagi beberapa aspek seperti kesehatan reproduksi dan juga lingkungan yang mana sampah pembalut akan semakin berkurang ketika para perempuan beralih menggunakan produk *menstrual cup* selama periode menstruasi.

Informasi yang disampaikan dalam konten tersebut juga mudah diterima dan diolah oleh penonton, hal ini bisa dilihat dari adanya *feedback* yang diberikan pada kolom komentar konten tersebut. Tidak sedikit dari mereka yang mencoba menggunakan produk *menstrual cup* setelah menonton tayangan konten mengenai *menstrual cup* yang diunggah oleh Titan Tyra dan kemudian mereka membagikan momen tersebut di kolom komentar.

Pada penelitian kali ini, peneliti memilih media YouTube sebagai objek penelitian yang akan diteliti khususnya konten menstrual cup di akun YouTube Titan Tyra. Secara garis besar, konten Titan Tyra ini bertujuan untuk memberikan informasi secara lengkap bagi para perempuan yang masih awam terhadap menstrual cup namun ingin mencoba beralih ke produk tersebut melalui visualisasi yang lengkap dan jelas.

#### 4.1.1. Deskripsi Responden

Peneliti telah mendistribusikan kuesioner penelitian yang berisi sejumlah pernyataan kepada sejumlah responden sampel dengan mempertimbangkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Mengenai kualifikasi tersebut yaitu merupakan seorang perempuan dengan rentang usia 20-31 tahun yang mengikuti akun YouTube Titan Tyra dan menonton video konten *menstrual cup* pertama di akun YouTube Titan Tyra. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner penelitian secara online melalui penggunaan fitur *Google Form* dengan menyebarkan melalui beberapa cara seperti memberikan tautan di beberapa komentar yang ada pada video *menstrual cup* pertama di akun YouTube Titan Tyra, kemudian menyebarkan tautan melalui fitur Instagram Story, juga mengirimkannya ke beberapa surel dan fitur *direct message*.

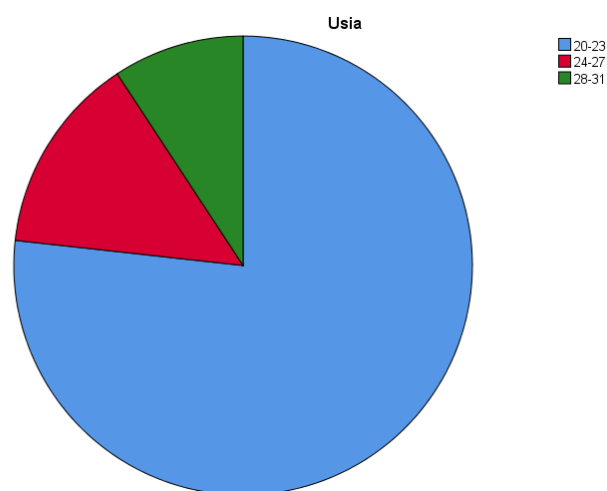
Jumlah sampel yang telah ditentukan berdasarkan rumus Slovin adalah sebanyak 399.831 responden, yang kemudian disesuaikan menjadi 400 responden. Seluruh responden tersebut adalah perempuan dengan rentang usia antara 20 hingga 31 tahun. Hal ini sesuai dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 1. Presentase Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	20-23	307	76.8	76.8	76.8
	24-27	56	14.0	14.0	90.8
	28-31	37	9.3	9.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Dari tabel 4.1 yang menjadi presentase responden berlandaskan usia yang tertera, tercatat bahwa ada 400 responden yang sudah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Terlihat dari total responden yang sudah mengisi kuesioner, total keseluruhan dengan rentang usia 20-23 tahun berada pada angka yang paling tinggi jika disandingkan dengan responden usia lainnya. Responden dengan rentang usia 20-23 tahun berjumlah 307 responden atau setara dengan presentase sebesar 76,8%, responden dengan rentang usia 24-27 tahun yaitu berjumlah 56 responden atau setara dengan presentase sebesar 14%, dan responden dengan rentang usia 28-31 berjumlah 37 responden yang setara dengan presentase sebesar 9,3%. Jadi, dari pertanyaan ini dapat disimpulkan bahwa responden dengan rentang usia 20-23 tahun lebih dominan dalam mengisi kuesioner penelitian ini.



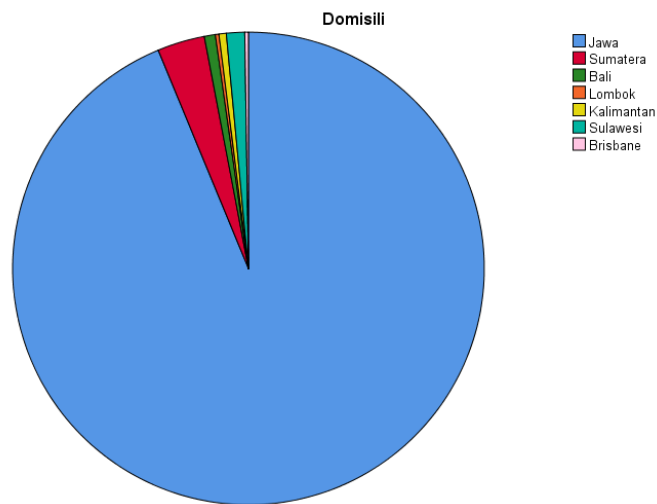
Gambar 4. 2. Diagram Pie Chart Presentase Usia Responden (Olahan Peneliti, 2023)

Tabel 4. 2. Presentase Responden Berdasarkan Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jawa	375	93.8	93.8	93.8
	Sumatera	13	3.3	3.3	97.0
	Bali	3	.8	.8	97.8
	Lombok	1	.3	.3	98.0
	Kalimantan	2	.5	.5	98.5
	Sulawesi	5	1.3	1.3	99.8
	Brisbane	1	.3	.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.2 yang merupakan presentase responden berdasarkan domisili tercatat bahwa ada 400 responden dengan presentase sebesar 100% yang telah berpartisipasi di penelitian ini. Terpantau dari seluruh responden yang sudah mengisi kuesioner penelitian ini berdomisili di beberapa daerah yang berbeda setiap respondennya. Responden yang berdomisili di pulau Jawa memiliki angka yang paling tinggi atau lebih dominan dibandingkan dengan responden lainnya. Responden dengan domisili pulau Jawa berjumlah 375 responden atau setara dengan presentase sebesar 93,8%. Maka dari itu bisa disimpulkan bahwa masyarakat di kota urban akan lebih dominan untuk menerima informasi mengenai penggunaan *menstrual cup* dan mengolahnya serta berani untuk menggunakannya.



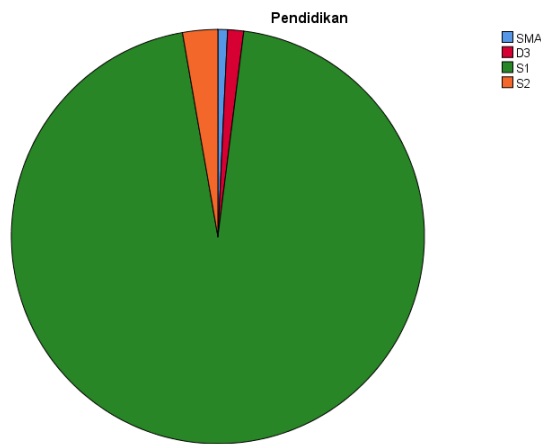
Gambar 4. 3. Diagram Pie Chart Presentase Domisili Responden (Olahan Peneliti, 2023)

Tabel 4. 3. Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	3	.8	.8	.8
	D3	5	1.3	1.3	2.0
	S1	381	95.3	95.3	97.3
	S2	11	2.8	2.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 yang merupakan presentase responden berdasarkan pendidikan tercatat bahwa ada 400 responden memiliki presentase sebesar 100% yang sudah memberikan kontribusi dalam penelitian ini. Responden yang berpendidikan S1 memiliki kontribusi paling tinggi atau lebih dominan dibandingkan tingkat pendidikan lainnya. Responden dengan pendidikan S1 berjumlah 381 responden atau setara dengan nilai presentase 95,3%.



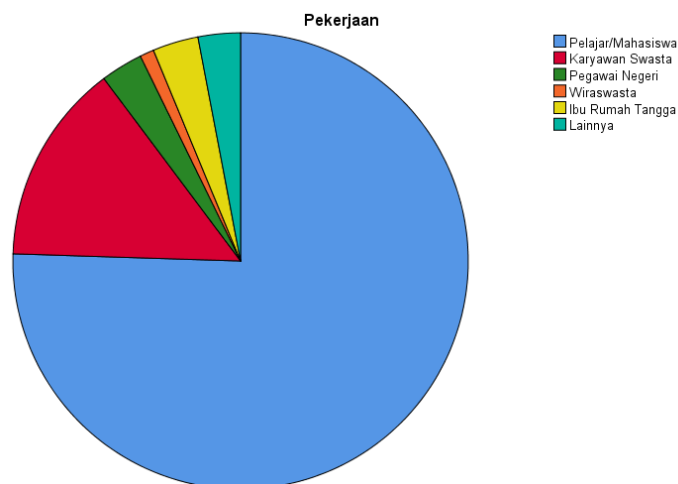
Gambar 4. 4. Diagram Pie Chart Presentase Pendidikan Responden (Hasil Output SPSS, 2023)

Tabel 4. 4. Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	302	75.5	75.5	75.5
	Karyawan Swasta	57	14.2	14.2	89.8
	Pegawai Negeri	12	3.0	3.0	92.8
	Wiraswasta	4	1.0	1.0	93.8
	Ibu Rumah Tangga	13	3.3	3.3	97.0
	Lainnya	12	3.0	3.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 yang merupakan presentase responden berdasarkan pekerjaan di atas, tercatat bahwa ada 400 responden atau setara presentase sebesar 100% yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Responden yang memiliki pekerjaan Pelajar/Mahasiswa memiliki angka lebih dominan jika dibandingkan tingkat pekerjaan lainnya. Responden dengan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa berjumlah 303 responden atau setara dengan nilai presentase 75,8%.



Gambar 4. 5. Diagram Pie Chart Presentase Pekerjaan Responden (Hasil Output SPSS, 2023)

#### 4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti telah mengubah pernyataan menjadi kuesioner yang kemudian disebarluaskan secara online melalui Google Form. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan memasukkan tautan pada beberapa komentar di video pertama tentang menstrual cup di akun YouTube Titan Tyra. Selain itu, tautan juga dibagikan melalui fitur Instagram Story dan dikirim melalui surel serta pesan langsung kepada 400 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati pengaruh terpaan konten menstrual cup terhadap minat penggunaan, dengan fokus pada subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis deskriptif untuk menjelaskan data penelitian secara deskriptif. Selain itu, pengaruh terpaan konten (variabel X atau variabel independen) terhadap minat penggunaan (variabel Y atau variabel dependen) dalam penelitian ini dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment. Penelitian ini juga menggunakan uji analisis regresi linear untuk mengevaluasi besaran nilai variabel X atau variabel independen terhadap variabel Y atau variabel dependen, serta untuk memprediksi kekuatan hubungan antara kedua variabel tersebut.



#### 4.2.1. Deskripsi Hasil Variabel

##### A. Deskripsi Hasil Variabel X

Dalam penelitian ini, terdapat satu variabel X atau variabel independen yang disebut variabel terpaan konten. Variabel terpaan konten diukur menggunakan tiga dimensi terpaan yang kemudian dikonversikan menjadi 5 pernyataan dalam kuesioner penelitian. Setiap pernyataan pada variabel X atau variabel independen memiliki pilihan jawaban yang terdiri dari sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 5. Presentase Pernyataan Variabel X Item 1

Saya menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup* lebih dari 1x

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	2.8	2.8	2.8
	Tidak Setuju	44	11.0	11.0	13.8
	Setuju	189	47.3	47.3	61.0
	Sangat Setuju	156	39.0	39.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Tabel 4.5 menampilkan data untuk variabel X atau variabel independen yang terdiri dari satu pernyataan, yaitu "Saya menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup* lebih dari 1x". Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 189 responden atau sebesar 47,3% dari total responden yang memilih setuju. Selain itu, 156 responden atau setara dengan 39% memilih sangat setuju, 44 responden atau setara dengan 11% memilih tidak setuju, dan 11 responden atau setara dengan 2,8% memilih sangat tidak setuju.

Maka dari itu bisa disimpulkan dari total 400 responden, sebanyak 345 responden atau setara dengan 86,3% menonton konten YouTube Titan Tura mengenai *menstrual cup* lebih dari 1x. Sedangkan tersisa yaitu sebanyak 55 responden atau setara dengan 13,8% tidak menonton tayangan konten YouTube

Titan Tyra mengenai *menstrual cup* lebih dari 1x. Yang mana artinya dari banyaknya responden menyetujui bahwa mereka telah menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup* lebih dari 1x. Pernyataan yang merupakan bagian dari dimensi frekuensi ini merupakan hal yang menjadi rujukan adanya terpaan konten. Di mana indikator tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam terjadinya sebuah terpaan konten.

Tabel 4. 6. Presentase Pernyataan Variabel X Item 2

**Saya menonton tayangan konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup* hingga selesai**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	2.3	2.3	2.3
	Tidak Setuju	59	14.8	14.8	17.0
	Setuju	188	47.0	47.0	64.0
	Sangat Setuju	144	36.0	36.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Tabel 4.6 berisi data untuk variabel X atau variabel independen yang terdiri dari pernyataan dua, yaitu "Saya menonton tayangan konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup* hingga selesai". Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 188 responden atau sebesar 47% dari total responden yang memilih setuju. Selain itu, 144 responden atau setara dengan 36% memilih sangat setuju, 59 responden atau setara dengan 14,8% memilih tidak setuju, dan 9 responden atau setara dengan 2,3% memilih sangat tidak setuju. Pernyataan ini merupakan turunan dari dimensi motif durasi. Dari total 400 responden, dapat disimpulkan bahwa 332 responden atau sebesar 83% menonton tayangan konten di akun YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup* hingga selesai, sedangkan sisanya, yaitu 68 responden atau sebesar 17,1%, tidak menonton tayangan konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup* hingga selesai.

Tabel 4. 7. Presentase Pernyataan Variabel X Item 3

**Saya tidak melakukan kegiatan lain saat menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	1.8	1.8	1.8
	Tidak Setuju	68	17.0	17.0	18.8
	Setuju	197	49.3	49.3	68.0
	Sangat Setuju	128	32.0	32.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Tabel 4.7 memuat data untuk variabel X atau variabel independen yang terdiri dari tiga pernyataan, yaitu "Saya tidak memindahkan ke tayangan lain saat menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup*". Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 197 responden atau sebesar 49,3% dari total responden yang memilih setuju. Selain itu, 128 responden atau setara dengan 32% memilih sangat setuju, 68 responden atau setara dengan 17% memilih tidak setuju, dan 7 responden atau setara dengan 1,8% memilih sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini. Pernyataan ini merupakan turunan dari dimensi atensi. Dari total 400 responden, dapat disimpulkan bahwa 325 responden atau sebesar 81,3% tidak memindahkan ke tayangan lain saat menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup*, sedangkan sisanya, yaitu 75 responden atau setara dengan 18,8%, memindahkan ke tayangan lain saat menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup*.

Tabel 4. 8. Presentase Pernyataan Variabel X Item 4

**Saya memperhatikan secara menyeluruh pesan yang disampaikan dalam konten tersebut tanpa ada gangguan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	2.3	2.3	2.3
	Tidak Setuju	49	12.3	12.3	14.5

Setuju	199	49.8	49.8	64.3
Sangat Setuju	143	35.8	35.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Tabel 4.8 berisi data untuk variabel X atau variabel independen yang terdiri dari empat pernyataan, yaitu "Saya memperhatikan secara menyeluruh mengenai pesan yang disampaikan dalam konten tersebut". Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 199 responden atau sebesar 49,8% dari total responden yang memilih setuju. Selain itu, 143 responden atau setara dengan 35,8% memilih sangat setuju, 49 responden atau setara dengan 12,3% memilih tidak setuju, dan 9 responden atau setara dengan 2,3% memilih sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini. Pernyataan ini merupakan turunan dari dimensi atensi.

- Dari total 400 responden, dapat disimpulkan bahwa 342 responden atau setara dengan 85,6% memiliki atensi dalam hal memperhatikan video konten Titan Tyra mengenai menstrual cup secara menyeluruh mengenai pesan yang disampaikan dalam konten tersebut. Sedangkan sisanya, yaitu 58 responden atau setara dengan 14,6%, tidak memiliki atensi dalam hal memperhatikan pesan yang disampaikan dalam konten tersebut secara menyeluruh.

Tabel 4. 9. Presentase Pernyataan Variabel X Item 5

**Saya menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai *menstrual cup* dengan konsentrasi penuh**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	9	2.3	2.3	2.3
Tidak Setuju	63	15.8	15.8	18.0
Setuju	186	46.5	46.5	64.5
Sangat Setuju	142	35.5	35.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Tabel 4.9 memuat data untuk variabel X atau variabel independen yang terdiri dari pertanyaan lima, yaitu "Saya menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai menstrual cup dengan konsentrasi penuh". Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 186 responden atau sebesar 46,5% dari total responden yang memilih setuju. Selain itu, 142 responden atau setara dengan 35,5% memilih sangat setuju, 63 responden atau setara dengan 15,8% memilih tidak setuju, dan 9 responden atau setara dengan 2,3% memilih sangat tidak setuju. Angka-angka tersebut menunjukkan bahwa responden menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai menstrual cup dengan konsentrasi penuh.

Dari total 400 responden, dapat disimpulkan bahwa 328 responden atau setara dengan 82% memiliki atensi dalam bentuk konsentrasi penuh saat menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai menstrual cup. Sedangkan sisanya, yaitu 72 responden atau setara dengan 18,1%, tidak memiliki atensi dalam bentuk konsentrasi penuh saat menonton konten YouTube Titan Tyra mengenai menstrual cup.

#### B. Deskripsi Hasil Variabel Y

Pada penelitian ini, ada satu variabel Y atau variabel dependen yang disebut variabel minat penggunaan. Variabel minat penggunaan diukur menggunakan empat dimensi yang kemudian dikonversikan menjadi 10 pernyataan dalam kuesioner penelitian. Setiap pernyataan pada variabel Y atau variabel dependen memiliki pilihan jawaban yang terdiri dari sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 10. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	2.8	2.8	2.8
	Tidak Setuju	61	15.3	15.3	18.0
	Setuju	188	47.0	47.0	65.0

Sangat Setuju	140	35.0	35.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Tabel 4.10 berisi data untuk variabel Y atau variabel dependen yang terdiri dari satu pernyataan, yaitu "Saya mengakses akun YouTube Titan Tyra untuk mendapatkan informasi mengenai penggunaan menstrual cup". Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 188 responden atau sebesar 47% dari total responden yang memilih setuju. Selain itu, 140 responden atau setara dengan 35% memilih sangat setuju, 61 responden atau setara dengan 15,3% memilih tidak setuju, dan 11 responden atau setara dengan 2,8% memilih sangat tidak setuju. Angka-angka tersebut menunjukkan bahwa responden mengakses akun YouTube Titan Tyra untuk mendapatkan informasi mengenai penggunaan menstrual cup.

- Dari total 400 responden, dapat disimpulkan bahwa 328 responden atau setara dengan 82% memiliki perhatian untuk mendapatkan informasi mengenai penggunaan menstrual cup dengan mengakses akun YouTube Titan Tyra. Sedangkan sisanya, yaitu 72 responden atau setara dengan 18,1%, tidak memiliki perhatian untuk mendapatkan informasi mengenai penggunaan menstrual cup dengan mengakses akun YouTube Titan Tyra.

Tabel 4. 11. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 2

**Saya memahami informasi yang disampaikan oleh Titan Tyra mengenai  
*menstrual cup***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	15	3.8	3.8	3.8
	Tidak Setuju	59	14.8	14.8	18.5
	Setuju	179	44.8	44.8	63.2
	Sangat Setuju	147	36.8	36.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.11 yang menjadi bagian dalam variabel Y pernyataan dua yakni “Saya memahami informasi yang disampaikan oleh Titan Tyra mengenai *menstrual cup*”. Pada tabel 4.11 menghasilkan data sebanyak 179 atau setara dengan presentase sebesar 44,8% memilih setuju, sebanyak 147 responden atau setara dengan presentase sebesar 36,8% memilih sangat setuju, sebanyak 59 responden atau setara dengan presentase sebesar 14,8% memilih tidak setuju, dan sebanyak 15 responden atau setara dengan presentase sebesar 3,8% memilih sangat tidak setuju. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden memahami informasi yang disampaikan oleh Titan Tyra mengenai *menstrual cup*.

Maka dari itu dapat dihasilkan dari total 400 responden, sebanyak 326 responden atau setara dengan presentase sebesar 81,6% memiliki *attention* atau perhatian dalam memahami informasi yang disampaikan oleh Titan Tyra dalam kontennya mengenai *menstrual cup*. Sedangkan tersisa yaitu sebanyak 74 responden atau setara dengan 18,6% yang mana menunjukkan bahwa responden tidak memiliki perhatian untuk memahami informasi yang disampaikan oleh Titan Tyra mengenai *menstrual cup*.

Tabel 4. 12. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 3

**Saya mendapatkan informasi secara spesifik mengenai *menstrual cup* dari akun YouTube Titan Tyra**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	11	2.8	2.8	2.8
Tidak Setuju	52	13.0	13.0	15.8
Setuju	187	46.8	46.8	62.5
Sangat Setuju	150	37.5	37.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.12 yang menjadi tabel untuk variabel Y atau variabel dependen, pada pernyataan tiga yaitu “Saya mendapatkan informasi secara spesifik mengenai *menstrual cup* dari akun YouTube Titan Tyra”. Pada tabel 4.12 menghasilkan sebanyak 187 responden atau setara dengan presentase sebesar

46,8% memilih setuju, sebanyak 150 responden atau setara dengan presentase sebesar 37,5% memilih sangat setuju, sebanyak 52 responden atau setara dengan presentase sebesar 13% memilih tidak setuju, dan sebanyak 11 responden atau setara dengan presentase sebesar 2,8% memilih sangat tidak setuju. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden mendapatkan informasi secara spesifik mengenai *menstrual cup* dari akun YouTube Titan Tyra.

Maka dari itu dapat disimpulkan dari total 400 responden, sebanyak 337 responden atau setara dengan presentase sebesar 84,3% memiliki *attention* atau perhatian yaitu mendapatkan informasi secara spesifik mengenai *menstrual cup* dari akun YouTube Titan Tyra. Sedangkan tersisa yaitu sebanyak 63 responden atau setara dengan presentase sebesar 15,8%. Angka itu menghasilkan bahwa responden tidak memiliki perhatian dalam menerima informasi secara spesifik mengenai *menstrual cup* dari akun YouTube Titan Tyra.

Tabel 4. 13. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 4

**Saya merasa konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra dapat menarik perhatian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	49	12.3	12.3	14.2
	Setuju	185	46.3	46.3	60.5
	Sangat Setuju	158	39.5	39.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.13 yang menjadi bagian tabel untuk variabel Y atau variabel dependen, memiliki pernyataan empat yaitu “Saya merasa konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra dapat menarik perhatian”. Di tabel 4.13 memberikan hasil sebanyak 185 responden atau setara dengan presentase sebesar 46,3% memilih setuju, sebanyak 158 responden atau setara dengan presentase sebesar 39,5% memilih sangat setuju, sebanyak 49 responden atau setara dengan presentase sebesar 12,3% memilih tidak setuju, dan sebanyak 8



responden atau setara dengan presentase sebesar 2% memilih sangat tidak setuju. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden merasa konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra dapat menarik perhatian.

Maka dari itu dapat dilihat bahwa dari total 400 responden, sebanyak 343 responden atau setara dengan presentase sebesar 85,8% memiliki *attention* atau perhatian yaitu dengan merasa bahwa konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra dapat menarik perhatian. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 58 responden atau setara dengan presentase sebesar 14,3%. Angka tersebut menghasilkan bahwa responden tidak merasa bahwa konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra dapat menarik perhatian.

Tabel 4. 14. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 5

**Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya tertarik untuk mencari informasi lebih mengenai *menstrual cup***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	16	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	58	14.5	14.5	18.5
	Setuju	182	45.5	45.5	64.0
	Sangat Setuju	144	36.0	36.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.14 yang merupakan tabel untuk variabel Y atau variabel dependen, ada pernyataan lima yaitu “Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya tertarik untuk mencari informasi lebih mengenai *menstrual cup*”. Di tabel 4.14 memberikan hasil sejumlah 182 responden atau setara dengan presentase sebesar 45,5% memilih setuju, sebanyak 144 responden atau setara dengan presentase sebesar 36% memilih sangat setuju, sebanyak 58 responden atau setara dengan 14,5% memilih tidak setuju, dan sebanyak 16 responden atau setara dengan 4% memilih sangat tidak setuju. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden merasa tertarik untuk

mencari tau lebih informasi mengenai *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Maka dari itu dapat disimpulkan dari total 400 responden sebanyak 326 atau setara dengan presentase sebesar 81,5% memiliki *interest* atau ketertarikan dalam mencari tau lebih informasi mengenai *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Sedangkan tersisa yaitu sebanyak 74 responden atau setara dengan presentase sebesar 18,5%. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden tidak memiliki *interest* atau ketertarikan dalam mencari tau lebih informasi mengenai *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Tabel 4. 15. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 6

**Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya mencari tahu produk *menstrual cup* yang ada di pasaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	16	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	56	14.0	14.0	18.0
	Setuju	178	44.5	44.5	62.5
	Sangat Setuju	150	37.5	37.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.15 yang menjadi bagian tabel untuk variabel Y atau variabel dependen, terdapat pernyataan enam yaitu “Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya mencari tahu produk *menstrual cup* yang ada di pasaran”. Pada tabel 4.15 memperoleh hasil sebanyak 178 responden atau setara dengan presentase sebesar 44,5% memilih setuju, sebanyak 150 responden atau setara dengan presentase sebesar 37,5% memilih sangat setuju, sebanyak 56 responden atau setara dengan presentase sebesar 14% memilih tidak setuju, dan sebanyak 16 responden atau setara dengan presentase sebesar 4% memilih sangat tidak setuju. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden merasa tertarik untuk mencari tau produk *menstrual cup* yang ada di

pasaran setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Maka dari itu, dapat dihasilkan dari total 400 responden, sebanyak 328 atau setara dengan presentase sebesar 82% memiliki *interest* atau ketertarikan dalam mencari tau produk *menstrual cup* yang ada di pasaran setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 72 responden atau setara dengan presentase sebesar 18%. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa responden tidak mendapati *interest* atau ketertarikan dalam mencari tau produk *menstrual cup* yang ada di pasaran setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Tabel 4. 16. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 7

**Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya memiliki keinginan untuk menggunakan produk *menstrual cup***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	18	4.5	4.5	4.5
	Tidak Setuju	61	15.3	15.3	19.8
	Setuju	189	47.3	47.3	67.0
	Sangat Setuju	132	33.0	33.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.16 yang menjadi bagian tabel untuk variabel Y atau variabel dependen, berisikan pernyataan tujuh yaitu “Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya memiliki keinginan untuk menggunakan produk *menstrual cup*”. Di tabel 4.16 menunjukkan hasil sebanyak 189 responden atau setara dengan presentase sebesar 47,3% memilih setuju, sebanyak 132 responden atau setara dengan presentase sebesar 33% memilih sangat setuju, sebanyak 61 responden atau setara dengan presentase sebesar 15,3% memilih tidak setuju, dan sebanyak 18 responden atau setara dengan 4,5% memilih sangat tidak setuju. Hasil tersebut menyatakan bahwa responden memiliki kemauan

untuk menggunakan produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Dalam hal ini, dapat dikalkulasikan bahwa dari total 400 responden, sebanyak 321 responden atau setara dengan 80,3% memiliki *desire* atau keinginan untuk menggunakan produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Sedangkan tersisa yaitu sebanyak 79 responden atau setara dengan 19,8%. Hasil tersebut menyatakan bahwa responden tidak memiliki *desire* atau keinginan untuk menggunakan produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Tabel 4. 17. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 8

**Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya memiliki keinginan untuk membeli produk *menstrual cup***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	19	4.8	4.8	4.8
	Tidak Setuju	72	18.0	18.0	22.8
	Setuju	174	43.5	43.5	66.3
	Sangat Setuju	135	33.8	33.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.17 yang menjadi bagian tabel untuk variabel Y atau variabel dependen, mendapati pernyataan delapan yaitu “Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya memiliki keinginan untuk membeli produk *menstrual cup*”. Di tabel 4.17 menunjukkan hasil sebanyak 174 responden atau setara dengan presentase sebesar 43,5% memilih setuju, sebanyak 135 responden atau setara dengan presentase sebesar 33,8% memilih sangat setuju, sebanyak 72 responden atau setara dengan presentase sebesar 18% memilih tidak setuju, dan sebanyak 19 responden atau setara dengan presentase sebesar 4,8% memilih sangat tidak setuju. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan untuk membeli produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Maka dari itu, dapat dikalkulasikan dari total 400 responden, sebanyak 309 responden atau setara dengan 77,3% memiliki *desire* atau keinginan untuk membeli produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Sedangkan tersisa yaitu sebanyak 91 responden atau setara dengan 22,8%, yang mana angka tersebut menunjukkan bahwa responden tidak memiliki *desire* atau keinginan untuk membeli produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Tabel 4. 18. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 9

**Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya telah membeli produk *menstrual cup***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	31	7.8	7.8	7.8
	Tidak Setuju	42	10.5	10.5	18.3
	Setuju	170	42.5	42.5	60.8
	Sangat Setuju	157	39.3	39.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.18 yang menjadi bagian tabel untuk variabel Y atau variabel dependen, berisikan pernyataan sembilan yaitu “Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya telah membeli produk *menstrual cup*”. Di tabel 4.18 menunjukkan hasil sebanyak 170 responden atau setara dengan presentase sebesar 42,5% memilih setuju, sebanyak 157 responden atau setara dengan presentase sebesar 39,3% memilih sangat setuju, sebanyak 42 responden atau setara dengan presentase sebesar 10,5% memilih tidak setuju, dan sebanyak 31 responden atau setara dengan presentase sebesar 7,8% memilih sangat tidak setuju. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki sikap *action* atau tindakan dengan membeli produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Maka dari itu, dapat dikalkulasikan dari total 400 responden, sebanyak 327 atau setara dengan presentase sebesar 81,8% memiliki sikap *action* atau

tindakan untuk membeli produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Sedangkan sisanya sebanyak 73 responden atau setara dengan presentase sebesar 18,3%, yang mana hasil tersebut menyatakan bahwa responden tidak memiliki sikap *action* atau tindakan untuk membeli produk *menstrual cup* setelah menonton konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Tabel 4. 19. Presentase Pernyataan Variabel Y Item 10

**Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya telah mencoba produk *menstrual cup***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	35	8.8	8.8	8.8
	Tidak Setuju	50	12.5	12.5	21.3
	Setuju	178	44.5	44.5	65.8
	Sangat Setuju	137	34.3	34.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.19 yang menjadi bagian tabel untuk variabel Y atau variabel dependen, memiliki pernyataan sepuluh yaitu “Setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra saya telah mencoba produk *menstrual cup*”. Di tabel 4.19 menyatakan hasil sebanyak 178 responden atau setara dengan presentase sebesar 44,5% memilih setuju, sebanyak 137 responden atau setara dengan presentase sebesar 34,3% memilih sangat setuju, sebanyak 50 responden atau setara dengan presentase sebesar 12,5% memilih tidak setuju, dan sebanyak 35 responden atau setara dengan presentase sebesar 8,8% memilih sangat tidak setuju. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki sikap *action* atau tindakan dengan mencoba produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Maka dari itu dapat dikalkulasikan dari total 400 responden, sebanyak 315 atau setara dengan presentase sebesar 78,8% memiliki sikap *action* atau tindakan

dengan mencoba produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 85 responden atau setara dengan presentase sebesar 21,3%, yang mana total tersebut menyatakan bahwa responden tidak memiliki sikap *action* atau tindakan untuk mencoba menggunakan produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

#### 4.2.2. Analisis Korelasi

Dalam penelitian ini, analisis korelasi digunakan oleh peneliti untuk menilai apakah terdapat hubungan antara terpaan konten mengenai *menstrual cup* (variabel X atau variabel independen) dengan minat penggunaan (variabel Y atau variabel dependen). Analisis korelasi dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment. Peneliti juga mengobservasi tingkat hubungan antara kedua variabel dengan menggunakan koefisien korelasi, serta mengukur kemampuan variabel X dalam menjelaskan variabel Y dengan menggunakan koefisien determinasi.

Tabel 4. 20. Tabel Hasil Korelasi Terpaan Konten (Variabel X) dan Minat Penggunaan (Variabel Y)

		Terpaan Konten	Minat Penggunaan
Terpaan Konten	Pearson Correlation	1	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Minat Penggunaan	Pearson Correlation	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Pada tabel 4.20 yang menunjukkan hasil korelasi Pearson Product Moment di atas, ditemukan tingkat hubungan antara terpaan konten *menstrual cup*

(variabel X atau variabel independen) dan minat penggunaan (variabel Y atau variabel dependen) yang sangat kuat dan positif. Hal ini terlihat dari nilai rHitung sebesar 0,854. Dengan demikian, hasil menunjukkan bahwa hubungan antara terpaan konten dengan minat penggunaan berjalan sejalan dan memiliki relevansi yang signifikan.

Maka dari itu hal ini bisa menyampaikan bahwa semakin lengkap informasi dalam video konten Titan Tyra dalam menyajikan penggunaan *menstrual cup* maka semakin memengaruhi terpaan konten bagi para subscriber sehingga dapat memberikan atau menimbulkan keinginan atau minat penggunaan bagi para penontonnya untuk beralih menggunakan *menstrual cup* pada periode menstruasi. Sesuai dengan hipotesis penelitian ini, dibagi menjadi  $H_0$  dan  $H_a$ .

**$H_0$**  : Tidak terdapat pengaruh terpaan konten *menstrual cup* terhadap minat penggunaan pada subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra.

**$H_a$**  : Adanya pengaruh terpaan konten *menstrual cup* terhadap minat penggunaan pada subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra.

Dari hasil signifikansi yang tercantum dalam tabel 4.20, ditemukan nilai sig sebesar 0,00. Dalam penelitian ini,  $\alpha$  (alpha) memiliki nilai 0,05. Dengan demikian,  $sig = 0,00 < \alpha = 0,05$ , yang menunjukkan bahwa  $H_0$  (hipotesis nol) ditolak. Oleh karena itu, hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh terpaan konten *menstrual cup* terhadap minat penggunaan pada subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra.

#### A. Koefisien Korelasi

Dari tabel uji korelasi *pearson product moment*, hasil yang disajikan menampilkan nilai rHitung senilai 0,854 dan telah relevan.

Tabel 4. 21. Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisiensi	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah



2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat Kuat

Sumber: Koefisien Korelasi (Sugiyono, 2019)

Dengan mengacu pada tabel 4.21 yang menunjukkan hasil korelasi antara terpaan konten (variabel X atau variabel independen) dan minat penggunaan (variabel Y atau variabel dependen), dapat disimpulkan bahwa angka rHitung penelitian menunjukkan tingkat hubungan antara kedua variabel tersebut. Hasil tersebut menunjukkan nilai korelasi antara terpaan konten dan minat penggunaan sebesar 0,854, yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat dan saling memengaruhi.

## B. Koefisien Determinasi

Dalam analisis penelitian ini, peneliti juga menggunakan koefisien determinasi (R). Koefisien determinasi (R) adalah suatu nilai yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana kontribusi yang diberikan oleh satu variabel atau kombinasi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Siregar, 2013). Dengan melihat nilai R pada tabel hasil regresi linear sederhana, diperoleh hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = (r).(r) \times 100\%$$

$$KD = (0,854).(0,854) \times 100\%$$

$$KD = 0,729316 \times 100\%$$

$$KD = 72,9\%$$

Hasil perhitungan di atas mengindikasikan bahwa terpaan konten (variabel X atau variabel independen) memiliki kontribusi sebesar 72,9% terhadap minat penggunaan (variabel Y atau variabel dependen) yang dikaji menggunakan

teori of Planned Behavior. Sementara itu, faktor-faktor lain di luar dari variabel penelitian yang diteliti memiliki kontribusi sebesar 27,1% terhadap minat penggunaan. Namun di sisi lain, 27,1% sisanya ini diasumsikan bahwa hal tersebut sesuai dengan teori of planned behavior yang menyangkut sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku, juga berpengaruh pada demografi para responden. Sebagian besar responden merupakan individu yang berlokasi di wilayah urban yang memiliki minat mencoba hal baru lebih besar sekaligus melek teknologi. Ditambah lagi responden pada penelitian ini merupakan pelajar/mahasiswa yang memiliki banyak waktu luang untuk bisa mengeksplorasi berbagai informasi di media sosial dan internet guna menambah pengetahuan mereka, juga memiliki kesadaran akan lingkungan yang tinggi untuk mengurangi limbah sampah yang semakin menumpuk, dengan rentang usia 20-23 tahun pun mereka kerap mencoba hal-hal baru.

#### 4.2.3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini, tujuan peneliti bukan hanya terbatas pada memahami pengaruh dan klasifikasi hubungan antara variabel penelitian. Peneliti juga tertarik untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel penelitian tetap searah atau tidak di masa yang akan datang. Untuk menganalisis pengaruh dan prediksi hubungan antara variabel-variabel tersebut, peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana. Peneliti memasukkan data hasil kuesioner ke dalam aplikasi SPSS dan mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 22. Tabel Model Summary Regresi Linear Sederhana

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 <sup>a</sup>	.730	.729	3.431

a. Predictors: (Constant), Terpaan Konten

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Dari tabel 4.22, yang merupakan ringkasan model regresi linear sederhana, penelitian ini menunjukkan hasil rHitung sebesar 0,854. Nilai ini menandakan bahwa hubungan antara terpaan konten (variabel X atau variabel independen) dan minat penggunaan (variabel Y atau variabel dependen) berjalan sejalan. Selain itu, nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut memiliki kekuatan yang sangat kuat dan bersifat positif.

Nilai rHitung yang terdapat dalam tabel 4.22 dalam model regresi linear sederhana sama dengan nilai yang didapatkan dalam tabel 4.20, yang merupakan hasil korelasi antara terpaan konten dan minat penggunaan menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan positif antara terpaan konten dan minat penggunaan. Dalam konteks ini, nilai r mencerminkan tingkat keterkaitan antara variabel terpaan konten (variabel X atau variabel independen) dan minat penggunaan (variabel Y atau variabel dependen).

Tabel 4. 23. Tabel Model Summary Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2.467	.896		2.753	.006
	Terpaan Konten	1.821	.055	.854	32.812	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Tahap selanjutnya dalam analisis regresi linear sederhana adalah menggunakan rumus yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil angka dalam tabel, sesuai dengan tabel 4.22 yang merupakan tabel koefisien regresi linear sederhana, adalah sebagai berikut:  $Y = 2.467 + 1.821X$ . Persamaan ini digunakan untuk memprediksi minat penggunaan menstrual cup oleh subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra berdasarkan terpaan konten mengenai menstrual cup di akun tersebut.

Untuk melakukan perbandingan dalam penelitian ini, digunakan F tabel, F hitung, dan nilai Sig. (signifikansi) dengan tingkat  $\alpha$ . F hitung diperoleh dari tabel ANOVA yang muncul pada tahap regresi linear sederhana. Tabel ANOVA menunjukkan variasi angka dan nilai rata-rata korelasi antara dua variabel penelitian. Nilai F hitung dalam tabel tersebut mencerminkan hasil regresi dan menunjukkan seberapa kuat hubungan antara variabel X (variabel independen) dan variabel Y (variabel dependen).

Nilai angka signifikan bersamaan dengan F hitung digunakan untuk menentukan apakah persamaan yang telah ditetapkan dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel Y (variabel dependen) yang dipengaruhi oleh variabel X (variabel independen). Dengan demikian, nilai F hitung dalam hal ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 24. Tabel ANOVA Regresi Linear Sederhana

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12672.917	1	12672.917	1076.628	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4684.833	398	11.771		
	Total	17357.750	399			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Terpaan Konten

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

**H<sub>0</sub>** : Model regresi linear sederhana tidak bisa guna menduga tingkat minat penggunaan *menstrual cup* bagi para subscriber perempuan yang dipengaruhi oleh terpaan konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

**H<sub>a</sub>** : Model regresi linear sederhana dapat digunakan guna menduga tingkat minat penggunaan *menstrual cup* bagi para subscriber perempuan yang dipengaruhi oleh terpaan konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Berdasarkan hasil tabel 4.23 yang merupakan tabel ANOVA regresi linear sederhana, ditemukan bahwa nilai F hitung dalam tabel tersebut adalah 1076.628. Nilai F tabel yang dihitung menggunakan aplikasi SPSS adalah 3.86. Nilai F tabel ini diperoleh melalui perhitungan menggunakan rumus F tabel sebagai berikut:

$$F = (α) (k, dk)$$

$α$  : *Margiin of Error* (MoE)

$k$  : Jumlah Variiabel – 1

$dk$  : Jumlah Sampell – Jumlah Variiabel – 1

Maka perhitungan nilai F tabel dalam penelitian inii yaitu antara lain sebagai berikut:

$$F = (5\%) (2 - 1, 400 - 2 - 1)$$

$$F = (0,05) (1,397)$$

$$F = 3,86$$

Hasil F hitung = 1076.628 > F tabel = 3,86, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung lebih besar dibandingkan nilai F tabel, yang turut memberikan arti bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Melalui hal ini maka dapat dikalkulasikan bahwa model regresi linear sederhana dapat dipergunakan untuk memprediksi tingkat minat penggunaan *menstrual cup* bagi para subscriber perempuan yang dipengaruhi oleh terpaan konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Hasl yang tlah tertera bisa dijadikan sebagai bukti bhwa model regresi linear sederhana bisa digunakan untuk menduga pengaruh terpaan konten *menstrual cup* terhadap minat penggunaan para subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra. Persamaan regresi linear sederhana penelitian ini, apabila X=5 maka:

$$Y = a + b.X$$

$$Y = 2.467 + 1.821X$$

$$Y = 2.467 + 1.821 (5)$$

$$Y = 11,57$$

Dari hasil yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa total skor minat penggunaan, yang merupakan variabel Y atau variabel dependen, memiliki nilai sebesar 11,57. Angka ini menunjukkan bahwa minat penggunaan akan meningkat seiring dengan peningkatan terpaan konten, yang merupakan variabel X atau variabel independen. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan adanya pengaruh antara kedua variabel penelitian. Dengan kata lain, minat penggunaan meningkat ketika terpaan informasi melalui konten YouTube Titan Tyra juga meningkat.

#### **4.2.4. Pembahasan Analisis Teori dan Konsep Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyajikan berbagai item pernyataan dalam kuesioner penelitian. Item-item ini kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep yang relevan dalam penelitian ini. Akun media sosial YouTube milik Titan Tyra hadir sebagai sumber informasi dan edukasi bagi perempuan pengguna internet, terutama di platform YouTube, mengenai berbagai topik seperti kewanitaan, kecantikan, perawatan diri, kesehatan, make-up, dan gerakan feminisme. Konten yang disajikan dalam akun ini memiliki perbedaan dengan akun-akun wanita lainnya, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan utama responden mengakses akun media sosial YouTube milik Titan Tyra. Hal ini sejalan dengan teori of Planned Behavior, yang menyatakan bahwa perilaku individu ditentukan oleh keinginan individu untuk melakukan sesuatu.

##### **A. Terpaan Konten (Variabel X)**

Di variabel X dalam penelitian ini, peneliti ingin memahami barometer penelitian dari berbagai poin pernyataan yang telah klasifikasikan dari konsep penelitian ini yaitu terpaan konten yang diterima oleh para subscriber dari akun YouTube Titan Tyra. Konsep terpaan informasi ini tertuju dari apa yang dilandasi oleh para subscriber dalam mengakses akun YouTube milik Titan Tyra tentunya untuk memperoleh sesuatu. Sebagai pengguna tentu dapat memilih suatu jenis

media tertentu yang bisa memengaruhi pengguna tersebut dengan berbagai alasan atau sebab tertentu dengan berlandaskan terpaan konten dari suatu informasi yang akan memenuhi kebutuhan yang diinginkan.

Terpaan konten tentu memiliki turunan yang dijadikan beberapa dimensi. Rosengren dalam (Aulia, 2019) telah mengkategorikan bahwa terpaan konten didasari oleh beberapa dimensi seperti frekuensi, durasi, dan atensi yang berpengaruh terhadap minat penggunaan. Di bawah ini merupakan penjelasan dari poin pernyataan yang diklasifikasikan dari berbagai dimensi tersebut, antara lain sebagai berikut:

#### 1. Frekuensi

Di poin pernyataan 1 merupakan pernyataan yang termasuk dalam dimensi frekuensi, yang mana dimensi frekuensi ini merupakan dimensi pertama dalam variabel X penelitian, telah dilakukan pengolahan data untuk 400 responden. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, satu poin pernyataan menunjukkan bahwa dari total 400 responden, terdapat 189 responden atau sekitar 47,3% yang memilih setuju, 156 responden atau sekitar 39% yang memilih sangat setuju, 44 responden atau sekitar 11% yang memilih tidak setuju, dan 11 responden atau sekitar 2,8% yang memilih sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut.

Dari hasil tersebut menyajikan bahwa dari total 400 responden, terdapat 345 responden atau setara dengan presentase sebesar 86,3% yang merupakan subscriber dari akun YouTube Titan Tyra mendapatkan terpaan konten. Terpaan konten yang diterima yaitu lantaran mereka menonton konten *menstrual cup* milik Titan Tyra lebih dari 1x. Hal ini sesuai dengan adanya konsep frekuensi dalam penelitian ini yaitu ingin melihat seberapa sering terpaan konten *menstrual cup* milik Titan Tyra dilihat oleh para subscriber perempuan.

Diketahui bahwa hasil pengolahan data pada 400 responden yang menonton konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra dilandasi terpaan konten, tentu berkaitan dengan ingin memperoleh informasi lebih mengenai penggunaan dan kenyamanan produk *menstrual cup*. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa seluruh responden memilih menonton konten *menstrual cup*

di akun YouTube Titan Tyra untuk memperoleh informasi yang informatif dan bisa diterima dengan baik sehingga dinilai mampu menyajikan konten yang aktual melalui pengalaman sendiri.

## 2. Durasi

Pada item pernyataan kedua yang termasuk dalam dimensi durasi, yang merupakan dimensi kedua dari terpaan konten sebagai variabel X atau variabel independen dalam penelitian ini, dilakukan pengolahan data untuk 400 responden. Hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa dari satu item pernyataan tersebut, terdapat 188 responden atau sekitar 47% yang memilih setuju, 144 responden atau sekitar 36% yang memilih sangat setuju, 59 responden atau sekitar 14,8% yang memilih tidak setuju, dan 9 responden atau sekitar 2,3% yang memilih sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut.

Dari kesimpulan tersebut menyatakan bahwa dari 400 responden, sebanyak 332 responden atau setara dengan presentase sebesar 83% yang merupakan subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra mendapatkan terpaan informasi dengan menonton konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Terpaan konten yang diterima yaitu lantaran mereka menonton konten *menstrual cup* milik Titan Tyra hingga selesai. Hal ini sesuai dengan adanya konsep durasi dalam penelitian ini yaitu ingin melihat seberapa lama terpaan konten *menstrual cup* milik Titan Tyra dilihat oleh para subscriber perempuan.

Menlihat dari hasil pengolahan data pada 400 responden yang menonton konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra dilandasi terpaan konten, tentu berkaitan dengan ingin memperoleh informasi mengenai penggunaan produk. Melek akan masalah lingkungan mengenai sampah pembalut yang menumpuk diharapkan menjadikan para individu terutama subscriber perempuan dapat berinisiatif untuk beralih menggunakan produk *menstrual cup* saat periode menstruasi. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa para responden mempercayai influencer Titan Tyra sebagai akun yang dinilai mampu untuk memberikan konten mengenai permasalahan perempuan dan



memberikan perspektif dalam keputusan yang ia ambil, serta mampu membantu responden untuk menambah informasi.

### 3. Atensi

Pada item pernyataan tiga hingga item pernyataan lima, termasuk dalam bagian dari atensi yang merupakan dimensi ketiga dari terpaan konten yang menjadi variabel X atau variabel independen dalam penelitian ini. Pengolahan data telah dilakukan oleh peneliti terhadap 400 responden. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, dari ketiga poin pernyataan yang tersedia, terdapat satu item pernyataan yang memperoleh hasil tertinggi, yaitu item pernyataan nomor 4.

Hasil untuk poin pernyataan nomor 4 menunjukkan bahwa dari total 400 responden, terdapat 199 responden atau sekitar 49,8% yang memilih setuju, 143 responden atau sekitar 35,8% yang memilih sangat setuju, 49 responden atau sekitar 12,3% yang memilih tidak setuju, dan 9 responden atau sekitar 2,3% yang memilih sangat tidak setuju terhadap penelitian ini.

Dari hasil tersebut menyatakan bahwa dari total 400 responden, sebanyak 342 responden atau setara dengan presentase sebesar 85,6% yang merupakan subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra mendapatkan terpaan informasi dengan menonton konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Terpaan konten yang diterima yaitu konsentrasi penuh saat menonton konten tersebut dan menyimak betul informasi apa yang disampaikan dalam video tersebut yang pada akhirnya menyebabkan para subscriber Titan Tyra mendapatkan terpaan konten pada konsep Atensi ini. Hal ini sesuai dari adanya arti konsep atensi, merupakan fokus atau konsentrasi yang diberikan penonton atau audiens saat menonton sebuah tayangan yang disajikan mengenai suatu hal.

### B. Minat Penggunaan (Variabel Y)

Pada variabel Y peneliti ingin memahami bagaimana barometer penelitian sesuai pada macam poin pernyataan yang telah dikalkulasikan dari adanya konsep

penelitian yaitu minat penggunaan yang didapat para subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra. Konsep minat penggunaan tertuju dari apa yang diperoleh para subscriber perempuan setelah menonton tayangan konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra sesuai dengan terpaan konten yang melandasinya. Minat penggunaan merupakan sebuah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, masalah, atau situasi yang mengandung kaitan dengan dirinya (Kotler dan Keller, 2016).

Minat penggunaan tentunya diturunkan menjadi beberapa dimensi. Kotler dan Keller (2016) telah mengkategorikan minat penggunaan yang didapatkan dari adanya pesan yang disampaikan dan dibagi menjadi 4 tahap yaitu *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* yang dipengaruhi oleh minat penggunaan. Di bawah ini merupakan pengertian poin pernyataan yang diturunkan dari berbagai kepuasan tersebut, sebagai berikut:

1. *Attention* (Perhatian)

Dalam penelitian ini, item pernyataan satu hingga empat termasuk dalam bagian *attention* yang merupakan dimensi pertama dari minat penggunaan, yang menjadi variabel Y atau variabel dependen. Data dari 400 responden telah dianalisis oleh peneliti. Berdasarkan hasil analisis data tersebut, dari keempat item pernyataan yang ada, item pernyataan nomor empat memperoleh skor tertinggi. Hasil untuk item pernyataan nomor 4 menunjukkan bahwa dari total 400 responden, terdapat 185 responden atau sekitar 46,3% yang memilih setuju, 158 responden atau sekitar 39,5% yang memilih sangat setuju, 49 responden atau sekitar 12,3% yang memilih tidak setuju, dan 8 responden atau sekitar 2% yang memilih sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari total 400 responden, sebanyak 343 responden atau sekitar 85,8% yang merupakan subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra memiliki minat penggunaan dengan menonton konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Minat penggunaan ini muncul karena tayangan konten yang menarik perhatian para responden, yang pada akhirnya membuat mereka berminat untuk menggunakan produk *menstrual cup* saat periode menstruasi. Hal ini konsisten dengan konsep *attention*, yang menjelaskan bahwa pesan yang

disampaikan harus disajikan secara menarik untuk menarik perhatian target audiens. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan data dari 400 responden menunjukkan bahwa mereka tertarik setelah menonton konten menstrual cup di akun YouTube Titan Tyra.

Hal ini tentunya berkaitan dengan didapatkannya informasi mengenai *menstrual cup* yang dipaparkan. Membuat sebuah konten yang menarik merupakan salah satu hal yang bisa meningkatkan kreativitas dan membuat para penontonnya nyaman serta bisa menerima informasi dengan baik. Minat penggunaan yang diperoleh yaitu beralih menggunakan produk *menstrual cup* setelah terpapar informasi konten milik Titan Tyra dan memahami penggunaan serta informasi lainnya mengenai *menstrual cup*.

## 2. *Interest* (Ketertarikan)

Dalam penelitian ini, item pernyataan lima dan enam termasuk dalam bagian interest atau ketertarikan yang merupakan dimensi kedua dari minat penggunaan, yang menjadi variabel Y atau variabel dependen. Data dari 400 responden telah dianalisis oleh peneliti. Berdasarkan hasil analisis data tersebut, dari kedua item pernyataan yang ada, item pernyataan nomor enam memperoleh skor tertinggi. Hasil untuk item pernyataan nomor 6 menunjukkan bahwa dari total 400 responden, terdapat 178 responden atau sekitar 44,5% yang memilih setuju, 150 responden atau sekitar 37,5% yang memilih sangat setuju, 56 responden atau sekitar 14% yang memilih tidak setuju, dan 16 responden atau sekitar 4% yang memilih sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini.

Dengan kalkulasi tsb menyatakan dari total 400 responden, sebanyak 328 responden atau setara dengan presentase sebesar 82% yang merupakan subscriber akun YouTube Titan Tyra mencari tahu produk *menstrual cup* yang ada di pasaran setelah menonton konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Minat penggunaan yang diperoleh yaitu lantaran mereka mendapatkan informasi yang signifikan dan tertarik menggunakan produk *menstrual cup* setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra dan memilih untuk mencari tahu produk *menstrual cup* di pasaran. Hal ini sesuai dengan definisi konsep *interest* bahwa ketertarikan muncul dari adanya

pesan yang disampaikan secara informatif dan sesuai dengan siapa pesan tersebut ingin disampaikan. Memahami dari hasil pengolahan data dari 400 responden memperoleh *interest* atau ketertarikan setelah menonton konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra.

Hal ini tentunya berkaitan dengan didapatkannya informasi mengenai *menstrual cup* yang dipaparkan. Pada hal ini bisa dibilang bahwa responden memperoleh *interest* atau ketertarikan setelah menonton konten yang dipaparkan lantaran pesan yang diberikan informatif dan mudah dipahami.

### 3. *Desire* (Keinginan)

Pada item pernyataan tujuh dan delapan, termasuk dalam bagian *desire* atau keinginan yang menjadi dimensi ketiga dari minat penggunaan yang menjadi variabel Y atau variabel dependen dalam penelitian ini. Data dari 400 responden telah diolah oleh peneliti. Dari hasil olahan data tersebut, dari kedua poin pernyataan yang ada, terdapat 1 poin pernyataan yang mendapatkan hasil paling tinggi, yakni poin pernyataan nomor 7. Hasil untuk item pernyataan nomor 7 menunjukkan bahwa dari total 400 responden, terdapat 189 responden atau sekitar 47,3% yang memilih setuju, 132 responden atau sekitar 33% yang memilih sangat setuju, 61 responden atau sekitar 15,3% yang memilih tidak setuju, dan 18 responden atau sekitar 4,5% yang memilih sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini.

Dengan demikian, dari total 400 responden, sebanyak 321 responden atau sekitar 80,3% yang merupakan subscriber akun YouTube Titan Tyra memiliki keinginan untuk menggunakan produk *menstrual cup* setelah menonton tayangan konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Minat penggunaan yang diperoleh yaitu sudah mulai berkeinginan untuk menggunakan produk *menstrual cup* lantaran sudah memahami mengapa harus beralih menggunakan produk *menstrual cup* saat periode menstruasi berlangsung. Hal ini sesuai dengan definisi konsep *desire* atau keinginan, merupakan suatu keinginan yang muncul setelah adanya informasi yang diterima melalui sebuah penyampaian pesan yang merujuk pada suatu perbuatan atau perubahan yang akan dilakukan. Memahami bahwa dari hasil

pengolahan data pada 400 responden mendapati *desire* atau keinginan setelah menonton konten *menstrual cup* milik Titan Tyra.

Hal ini tentunya berkaitan dengan didapatkannya informasi mengenai *menstrual cup* yang dipaparkan. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa seluruh responden mendapati *desire* atau keinginan setelah menonton konten yang dipaparkan lantaran pesan yang diberikan informatif dan mudah dipahami.

#### 4. *Action* (Tindakan)

Pada item pernyataan sembilan dan sepuluh, termasuk dalam bagian *action* atau tindakan yang merupakan dimensi keempat dari minat penggunaan yang menjadi variabel Y atau variabel dependen dalam penelitian ini. Data dari 400 responden telah diolah oleh peneliti. Dari hasil analisis data tersebut, terdapat satu item pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi dari kedua item pernyataan yang tersedia, yaitu item pernyataan nomor sembilan. Hasil untuk item pernyataan nomor 9 menunjukkan bahwa sebanyak 170 responden atau sekitar 42,5% yang memilih setuju, 157 responden atau sekitar 39,3% yang memilih sangat setuju, 42 responden atau sekitar 10,5% yang memilih tidak setuju, dan terdapat juga responden yang memilih sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini, namun angka persentasenya tidak disebutkan.

Dari keputusan tersebut menyajikan bahwa dari total 400 responden, terdapat 327 responden atau setara dengan presentase sebesar 81,8% merupakan subscriber perempuan di akun YouTube Titan Tyra yang memperoleh *action* atau tindakan setelah menonton konten milik Titan Tyra mengenai *menstrual cup* di akun YouTube nya. *Action* yang didapat yaitu tindakan dalam beralih ke penggunaan *menstrual cup* meski masih tahap membeli belum menggunakan setelah menonton konten mengenai *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra. Hal ini sesuai dengan definisi konsep *action* atau tindakan, merupakan hal yang dilakukan setelah mendapatkan paparan informasi dan mencoba untuk menggunakan atau sudah mencoba untuk membeli suatu barang/jasa sebagai bentuk menerima informasi yang disampaikan dengan baik.

#### 4.2.5. Terpaan Konten dan Minat Penggunaan Tertinggi

Dari hasil penjelasan informasi dan keterkaitan hasil pembahasan dengan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian "Pengaruh Terpaan Konten Menstrual Cup Terhadap Minat Penggunaan, Studi Korelasi di Kalangan Subscriber Perempuan pada Akun YouTube Titan Tyra", ditemukan bahwa dimensi frekuensi merupakan dimensi yang paling signifikan dari variabel terpaan konten yang menjadi variabel X atau variabel independen. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa dimensi frekuensi memperoleh hasil tertinggi dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya dalam variabel terpaan konten. Dalam dimensi frekuensi, terdapat 189 responden atau sekitar 47,3% yang memilih setuju, 156 responden atau sekitar 39% yang memilih sangat setuju, 44 responden atau sekitar 11% yang memilih tidak setuju, dan 11 responden atau sekitar 2,8% yang memilih sangat tidak setuju terhadap pernyataan terkait. Dengan demikian, dari total 400 responden, sebanyak 345 responden atau sekitar 86,3% yang merupakan subscriber dari akun YouTube Titan Tyra telah mendapatkan terpaan konten dengan frekuensi yang tinggi. Terpaan konten tersebut berupa informasi mengenai penggunaan dan kenyamanan menstrual cup yang disampaikan melalui akun YouTube Titan Tyra dan ditonton lebih dari sekali oleh para responden.

Terkait ini sesuai dengan maksud konsep frekuensi menurut Ajzen dan Fishbein dalam (Mahmudah, 2016), frekuensi yaitu adanya jumlah pengulangan perilaku, yang dalam penelitian ini mengacu pada terpaan konten. Frekuensi dari terpaan konten dapat dilihat dari seberapa sering penonton menonton video konten yang disajikan. Frekuensi ini juga dilandasi oleh rasa keingintahuan untuk memahami suatu informasi yang bertujuan untuk memuaskan rasa penasaran terhadap suatu hal, yang mana dalam penelitian ini yaitu mengenai *menstrual cup*. Hal ini tentunya juga memiliki kesinambungan terhadap penelitian sebelumnya yang juga membahas terkait terpaan konten terhadap minat penggunaan yang mana frekuensi menjadi hal yang cukup signifikan dan berpengaruh dalam penelitian.

Melihat dari akumulasi pengolahan data terhadap 400 responden yang menonton tayangan konten Titan Tyra dengan dilandasi tingkat frekuensi, tentu berkaitan dengan rasa keingintahuan yang tinggi untuk mendapatkan informasi



*menstrual cup*. Mengetahui informasi mengenai *menstrual cup* tentu dapat menjadikan para perempuan melek akan lingkungan sekitar dan kesehatan kewanitaannya. Menurut WHO dalam (Imtinan, 2021), kesehatan reproduksi merupakan sebuah kondisi sehat secara fisik, mental, juga sosial yang utuh, dan bukanlah bebas dari penyakit atau cacat yang berkaitan dengan sistem, fungsi, dan operasi reproduksi. Berkaitan dengan penelitian ini, para responden memilih untuk mendapatkan informasi dari akun YouTube Titan Tyra sebagai influencer yang dinilai mampu untuk menyajikan informasi yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan yaitu mampu untuk menyajikan konten mengenai kewanitaan atau fenomena mengenai perempuan dengan pengalaman yang dilakukannya secara pribadi.

Selain kesimpulan tersebut, sesuai hasil pengolahan data untuk 400 responden penelitian didapati kesimpulan bahwa *attention* atau perhatian adalah dimensi dari variabel minat penggunaan yang menjadi variabel Y penelitian dengan kesimpulan paling tinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya dalam variabel minat penggunaan selaku variabel Y atau variabel dependen. *Attention* atau perhatian dengan hasil tertinggi terletak pada item pernyataan 4. Hasil pada poin pernyataan 4 menunjukkan hasil bahwa data sebanyak 185 responden atau setara dengan presentase sebesar 46,3% memilih setuju, sebanyak 158 responden atau setara dengan presentase sebesar 39,5% memilih sangat setuju, sebanyak 49 responden atau sebanyak 12,3% memilih tidak setuju, dan sebanyak 8 responden atau sebanyak 2% memilih sangat tidak setuju pada pernyataan ini. Kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa dari total 400 responden, ada sebanyak 343 responden atau setara dengan presentase sebesar 85,8% yang merupakan subscriber dari akun YouTube Titan Tyra memiliki minat penggunaan. Minat penggunaan yang dimiliki yaitu berupa keinginan untuk menggunakan produk *menstrual cup* setelah menonton konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra yang menurut penonton tayangan tersebut bisa menarik perhatian.

Hal ini sesuai dengan definisi konsep *attention* atau perhatian menurut Kotler dan Keller (2016), *attention* atau perhatian yaitu sebuah tahap awal untuk mengajak audiens ke tahap selanjutnya yaitu *interest*, *desire*, dan *action*. Tahap ini menampilkan sebuah pesan yang dapat menimbulkan ketertarikan bagi audiens

yang dijadikan target sasaran. Menurut WHO (Imtinan, 2021) masalah reproduksi tentu tidak bisa dipisahkan dari seksualitas dan tubuh manusia yang melibatkan masalah kesehatan biologis bagi para perempuan. Kesehatan reproduksi juga terkait dengan siklus hidup, yang setiap tahapannya mengandung Risiko yang terkait dengan kesakitan dan kematian. Penggunaan pembalut sekali pakai yang mengandung bahan kimia pun merupakan salah satu faktor yang akan mengganggu kesehatan reproduksi. Pada hal ini bisa dikatakan seluruh responden mendapati *attention* atau perhatian setelah menonton tayangan konten *menstrual cup* di akun YouTube Titan Tyra lantaran visualisasi dan penyampaiannya yang menarik perhatian. Minat penggunaan pun diperoleh yaitu dengan mencoba mencari tahu produk *menstrual cup* di pasaran hingga beberapa responden sudah membelinya, memiliki keinginan untuk menggunakan dan bahkan beberapa diantaranya sudah beralih menggunakan produk *menstrual cup* saat periode menstruasi berlangsung.

- Seluruh pernyataan yang diajukan ke responden baik dari variabel X maupun variabel Y memperlihatkan hasil yang signifikan bahwa hal tersebut sesuai dengan teori of planned behavior yang menyangkut sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku, juga berpengaruh pada demografi para responden. Sebagian besar responden merupakan individu yang berlokasi di wilayah urban yang memiliki minat mencoba hal baru lebih besar sekaligus melek teknologi. Ditambah lagi responden pada penelitian ini merupakan pelajar/mahasiswa yang memiliki banyak waktu luang untuk bisa mengeksplorasi berbagai informasi di media sosial dan internet guna menambah pengetahuan mereka, juga memiliki kesadaran akan lingkungan yang tinggi untuk mengurangi limbah sampah yang semakin menumpuk, dengan rentang usia 20-23 tahun pun mereka kerap mencoba hal-hal baru.