

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Sifat Penelitian

Pada penelitian dengan judul “Pengaruh Kredibilitas *Youtuber* Jerome Polin terhadap Keterlibatan Remaja pada *Channel* Nihongo Mantappu” ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Kriyantono (2020:31) “data kuantitatif merujuk pada data yang dapat dikuantitatifkan atau dinyatakan dalam satuan ukuran tertentu berupa angka-angka, sehingga dapat dimaknai secara sama oleh semua orang”

Membahas paradigma, Wimmer & Dominick (dalam Kriyantono, 2020:19) mengatakan, paradigma diartikan sebagai “seperangkat teori, prosedur, dan asumsi yang diyakini tentang bagaimana periset melihat dunia”. Paradigma juga menentukan teori-teori yang digunakan pada sebuah penelitian. Dari apa yang dipelajari oleh peneliti pada mata kuliah metodologi penelitian kuantitatif, paradigma yang digunakan adalah paradigma positivistik yang memiliki asumsi dasar bahwa segala fenomena alam beserta isinya pada hakikatnya terstruktur dan bisa diukur, berbasis angka-angka.

Dilanjutkan dengan uji statistik sehingga hasil yang didapatkan objektif. Yang akan diukur adalah variabel, yaitu suatu kondisi yang sifatnya berbeda-beda, bisa diubah, dan bisa diukur. Sehingga dalam penelitian ini peneliti ingin mengukur pengaruh variabel independen yaitu kredibilitas *youtuber*

Jerome Polin terhadap variabel dependen yaitu keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu.

Sifat penelitian ini menggunakan kuantitatif eksplanatif (analitik). Penelitian eksplanatif menurut Kriyantono (2020:153) mengatakan “jenis survey ini digunakan bila periset ingin mengetahui penyebab mengapa situasi atau kondisi tertentu bisa terjadi atau apa yang memengaruhi terjadinya sesuatu”. Ada dua sifat dari penelitian eksplanatif yaitu komparatif dan asosiatif, penelitian ini menggunakan sifat asosiatif yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan atau korelasi dari antar variabel (Kriyantono, 2020, h.153). Dalam artian bahwa penelitian ini ingin menjelaskan pengaruh kredibilitas *youtuber* Jerome Polin terhadap keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu peneliti melakukan penelitian lapangan bertemu langsung dengan sejumlah orang atau bukan orang yang disebut populasi. Dikarenakan populasi yang begitu besar dan keterbatasan peneliti maka dalam metode survei berlaku teknik sampling, yang nantinya hasil dari penelitian pada sampel akan berlaku menjadi simpulan populasi yang diwakilinya.

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi pengikut *channel* YouTube Nihongo Mantappu yang sampai tanggal 10 Juni 2020 berjumlah 3.67 juta dan dikelola oleh Jerome Polin. Data populasi didapat langsung pada saat melakukan penelitian. Untuk menentukan sampel, peneliti akan teknik pengambilan sampel dengan metode *nonprobability sampling (purposive sampling)* dikarenakan adanya kategori yang menjadi batasan pemilihan sampel yaitu remaja. Malhotra (2016:344) mengatakan, “*These sample sizes have been determined based on experience and can serve as rough guidelines, particularly when nonprobability sampling techniques are used*”. Pengertiannya adalah bahwa teknik ini akan menggunakan judgement pribadi atau pengalaman dari peneliti dibandingkan peluang untuk memilih sampling.

Malhotra (2016:342) juga menjelaskan mengenai sampel bahwa, “*A sampling unit is an element, or a unit containing the element, that is available for selection at some stage of the sampling process*”. Pengertiannya adalah pengambilan sampel dilakukan dari unit yang berisi elemen, di mana elemen tersebut tersedia untuk diseleksi pada tahap tertentu dari proses sampling atau dapat dikatakan sampel adalah sebagian kecil atau beberapa dari populasi.

Karena dalam penelitian ini adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya juga keterbatasan data di mana populasi dianggap terlalu luas mengingat ada kriteria khusus yang ditetapkan oleh peneliti yaitu remaja, maka peneliti hanya akan mengambil sampel dengan menyebarkan kuesioner pada penonton Nihongo Mantappu yang memiliki rentang usia 15-25 tahun. Selain itu

penelitian ini juga termasuk sebagai personal *branding* yang dilakukan secara *online*, dan dapat dimasukkan pada kategori *online advertising*. Peneliti akan mengambil sampel sebanyak 326 sampel, untuk menguji validitas dan reliabilitas peneliti akan mengambil sampel sebanyak 30.

Tabel 3. 1 Ukuran Sampel dalam Studi Penelitian Marketing

<i>Type of study</i>	<i>Minimum Size</i>	<i>Typical Range</i>
<i>Problem identification</i>	500	1.000-2.500 <i>research</i> (<i>e.g market potential</i>)
<i>Problem solving research</i>	200	300-500 (<i>e.g pricing</i>)
<i>Product tests</i>	200	300-500
<i>Test marketing studies</i>	200	300-500
<i>TV, radio or online advertising</i>	150	200-300 (<i>per advertisement tested</i>)
<i>Test market audit</i>	10 <i>stores</i>	10-20 <i>stores</i>
<i>Focus group</i>	6 <i>groups</i>	6-12 <i>groups</i>

Sumber : (Malhotra, 2016, h. 344)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdapat variabel kredibilitas *youtuber* Jerome Polin dan variabel keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu. Adapun operasionalisasi variabel yang terdiri atas dimensi, indikator, dan pernyataan pada penelitian adalah sebagai berikut:

3.4.1 Kredibilitas *Youtuber* Jerome Polin

Kredibilitas akan dijabarkan ke dalam tiga dimensi dan indikator

– indikator sebagai berikut:

1. Keahlian

Dimensi keahlian mengacu pada konsep dalam Jalaluddin Rakmat, (2011:257) yang mengatakan bahwa, “keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate (khalayak) tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan.” Dari konsep tersebut diturunkan ke dalam indikator yaitu latar belakang, pengalaman, pengetahuan, kemampuan, dan penguasaan.

2. Kepercayaan

Pada dimensi kepercayaan mengacu pada konsep dari Jalaluddin Rakhmat, (2011:257) yang menyatakan bahwa, “kepercayaan adalah kesan *audience* tentang komunikator berkaitan dengan watak atau kepribadiannya. Komunikator yang dapat dipercaya adalah komunikator yang dianggap jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, dan etis.”

Berdasarkan konsep tersebut, terdapat tiga indikator yaitu kepercayaan terhadap pesan, kejujuran dalam menyampaikan pesan, dan niat baik. Jika komunikator dianggap jujur juga tulus dalam menyampaikan pesan dan memiliki sikap bermoral, adil, etis, dan kesopanannya dalam membuat pernyataan juga dalam bertindak maka khalayak akan percaya kepada komunikator tersebut.

3. Daya Tarik

Pada dimensi daya tarik ada lima indikator yaitu daya tarik fisik, daya tarik kepribadian, kesamaan, kesukaan, dan *familiarity*. Hal ini menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi bagaimana terbentuknya kredibilitas dari komunikator .

Menurut Jalaluddin Rakhmat (2011:112), daya tarik dari seorang komunikator yaitu daya tarik penampilan fisik dan daya tarik secara psikologis.

3.4.2 Keterlibatan Remaja pada Channel Nihongo Mantappu

1. Entertainment

Entertainment atau hiburan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi bagaimana keterlibatan remaja. Voorveld, Noort, Muntinga dan Bronner (2018:44) dalam jurnalnya berpendapat bahwa Dimensi *entertainment* memberikan kenikmatan, membuat ceria, memberi perasaan menyenangkan, memberi perasaan puas, membuat lupa segalanya sejenak, saat bersantai, dan cocok untuk sesaat dan sendiri.

2. Negative Emotion Related to Content

Sama halnya dengan *entertainment*, *negative emotion related to content* menjadi salah satu faktor yang memengaruhi bagaimana keterlibatan remaja pada penelitian ini. Voorveld, Noort, Muntinga dan Bronner (2018:44) berpendapat bahwa dimensi tersebut mengajarkan

apa yang terjadi di dunia, dan ada perasaan terlibat di dalam konten tersebut.

3. *Pastime*

Pada dimensi ini Voorveld, Noort, Muntinga dan Bronner (2018:44) berpendapat bahwa bagaimana sebuah konten media sosial dapat mengisi waktu luang dan membuat keterlibatan.

4. *Stimulation*

Dimensi ini juga faktor yang memengaruhi keterlibatan remaja pada penelitian ini. Voorveld, Noort, Muntinga dan Bronner (2018:44) berpendapat dalam jurnalnya bahwa dimensi ini membuat antusias, menawarkan sesuatu yang baru, dan memberi tahu tren yang terbaru.

5. *Practical Use*

Pada dimensi ini Voorveld, Noort, Muntinga dan Bronner (2018:44) dalam jurnalnya berpendapat bahwa faktor yang dapat memengaruhi keterlibatan adalah; memberikan ide atau tips atau saran yang berguna, dan memberikan solusi dari sebuah permasalahan.

6. *Empowerment*

Empowerment atau pemberdayaan adalah salah satu dimensi yang memengaruhi bagaimana keterlibatan remaja pada penelitian ini. Voorveld, Noort, Muntinga dan Bronner (2018:44) berpendapat bahwa pada dimensi ini dapat memberi informasi yang *up to date* atau terbaru dan membuat seseorang membantu orang lain.

Berikut adalah tabel dari operasionalisasi variabel yang menjadi acuan dalam melaksanakan penelitian ini:

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel X	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Kredibilitas <i>youtuber</i> Jerome Polin (Rakhmat 2011)	Keahlian	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang atau pengalaman - Pengetahuan - Kemampuan - Penguasaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang pendidikan Jerome Polin mendukung sebagai seorang <i>Youtuber</i> - Pengalaman Jerome Polin mendukung konten yang disampaikan - Pengetahuan yang dimiliki Jerome Polin mendukung konten yang disampaikan - Jerome Polin mampu menyampaikan konten yang mudah dipahami - Jerome Polin menguasai topik tertentu seperti matematika, dan kebudayaan Jepang 	Likert
	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan terhadap pesan disampaikan adalah nyata dan sesuai pengalaman - Kejujuran dalam menyampaikan pesan - Niat baik 	<ul style="list-style-type: none"> - Percaya konten yang disampaikan oleh Jerome Polin adalah kejadian yang nyata - Percaya konten yang disampaikan Jerome Polin sesuai dengan pengalamannya - Percaya konten yang disampaikan Jerome Polin benar dan apa adanya - Melihat niat baik dari Jerome Polin melalui konten yang disampaikan 	

	Daya Tarik	<ul style="list-style-type: none"> - Daya tarik fisik penampilan - Daya tarik kepribadian (<i>personality attractiveness</i>) - Kesamaan - Kesukaan - <i>Familiarity</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Jerome Polin adalah <i>youtuber</i> yang menarik perhatian karena ganteng dan memiliki banyak talenta - Jerome Polin selalu menyampaikan konten dengan ceria dan energik - Jerome Polin banyak menyampaikan konten mengenai remaja - Jerome Polin menyampaikan konten-konten yang disukai - Jerome Polin menganggap semua penontonnya adalah keluarganya 	
Variabel Y	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Keterlibatan Remaja pada	<i>Entertainment</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memberi kenikmatan - Memberi kesenangan dan keceriaan - Memberi perasaan puas - Membuat melupakan segalanya sejenak 	<ul style="list-style-type: none"> - Channel Youtube Nihongo Mantappu atau yang dikelola Jerome Pollin membuat senang dan ceria - Channel Youtube Nihongo Mantappu membuat puas dengan menontonnya untuk menghibur disela kegiatan 	Likert

<p><i>Channel</i> Nihongo Mantappu (Hilde A. M. Voorveld, Guda van Noort, Daniël G. Muntinga & Fred Bronner, 2018)</p>	<p><i>Negative emotion related to content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengajari tentang apa yang sedang terjadi di dunia - Merasa terlibat di dalamnya 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Channel</i> Nihongo Mantappu mengajari tentang kejadian-kejadian yang terjadi jika kuliah di luar negeri terutama di Jepang - <i>Channel</i> Nihongo Mantappu sering melibatkan penonton di dalamnya (misalkan konten QnA, teka-teki viral, dan lainnya)
	<p><i>Pastime</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengisi waktu luang 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Channel</i> Nihongo Mantappu mengisi waktu luang dengan konten-konten menariknya
	<p><i>Stimulation</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat antusias - Menawarkan sesuatu yang baru - Memberi tahu tentang tren baru 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Channel</i> Nihongo Mantappu membuat bersemangat untuk berusaha, belajar, dan menekuni bidang yang dikuasai - <i>Channel</i> Nihongo Mantappu memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang hal-hal baru
	<p><i>Practical Use</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Memberi ide/tips/ saran yang berguna - Memberikan solusi permasalahan 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Channel</i> Nihongo Mantappu memberikan ide atau tips dan quote yang berguna - <i>Channel</i> Nihongo Mantappu memberikan solusi mengatasi masalah yang suka dialami remaja seperti bosan belajar, putus asa, dan gagal

	<i>Empowerment</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memberi informasi yang bermanfaat <i>up to date</i> - Dapat membantu orang lain 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Channel</i> Nihongo Mantappu memberikan informasi yang update dan bermanfaat mengenai kuliah di Jepang - Dengan menonton Nihonggo Mantappu, dapat membantu orang lain yang mencari informasi, mengalami masalah dan lainnya, karena mendapatkan banyak informasi ketika menontonnya kontennya 	
--	--------------------	--	---	--

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Kriyantono, (2020:243) mengatakan mengenai teknik pengumpulan data bahwa, “teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh periset.”

Dalam memperoleh data dan informasi dari berbagai sumber dalam penelitian ini, hal tersebut dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Metode kuesioner adalah instrumen utama yang sangat penting untuk membuat hasil survei valid dan reliabel. Kuesioner harus mencakup semua indikator yang dihasilkan dari definisi operasional (Kriyantono, 2020, h. 155).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini dilakukan secara *online* dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, hal ini dilakukan mengingat sebanyak lebih dari tiga juta populasi responden dari penonton dari YouTube *channel* Nihongo Mantappu, mereka melakukan aktifitas mengenai hal tersebut secara *online* sedangkan data sekunder penelitian ini, diambil dari beberapa dokumen terkait kehidupan, dan juga mengenai kredibilitas dari Jerome Polin sebagai pengelola *channel* Nihongo Mantappu. Hal ini dilakukan untuk melengkapi segala kekurangan data pada penelitian ini.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen (kuesioner) akan mengukur apa yang akan diukur, dan apakah benar bahwa setiap alat ukur yang digunakan dapat mengukur apa yang akan diteliti. Dalam pengukuran data ini dilakukan dua pengujian untuk menentukan hal tersebut. Pengujian yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, dan penelitian ini diolah dengan bantuan teknologi yaitu aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 25.0. Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan dengan menguji kuesioner kepada kelompok berisi 30 orang yang setara populasi pada pertengahan bulan April.

Selain itu untuk menentukan alat ukur dari kuesioner yang diberikan kepada responden menggunakan skala likert. Malhotra (2016:280) menjelaskan skala likert bahwa,

“A measurement scale with five response categories ranging from “strongly disagree” to “strongly agree,” which requires the respondents to indicate a degree of agreement or disagreement with each of a series of statements related to the stimulus objects..”

Artinya bahwa skala likert dilakukan untuk menunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju kepada setiap pernyataan yang berkaitan dengan objek. Peneliti menggunakan empat tingkatan nilai dimulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Rubin, dkk (2010:203) mengenai uji validitas mengatakan bahwa,

“Validity means measuring what we intend to measure. If an index, test, or scale is used to measure a particular construct, such as credibility, the measure should include items or questions about all aspects of the construct (content validity) for example, authoritativeness, believability, and the like. It also should relate to other similar measures or predict future behavior or attitudes (criterion-related validity), and it should measure the construct it purports to measure (construct validity)”

Selain itu menurut Ghozali (2018, h.51), “uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.” Pada penelitian ini variabel kredibilitas *youtuber* Jerome Polin adalah variabel yang mengukur, sementara variabel keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu adalah yang diukur.

Uji validitas menggunakan *factor analysis*. *Factor analysis* mempunyai keahlian untuk mengetahui apakah variabel tersebut memang ada pada dimensinya. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan faktor analisis *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO) yang digunakan untuk mengukur tingkat korelasi dari antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2018, h.57), dan juga uji *Bartlett of Sphericity* yang merupakan uji statistik untuk menentukan ada tidaknya korelasi dari antar variabel (Ghozali, 2018,

h.57). Pada faktor analisis KMO sebuah variabel dapat dikatakan valid apabila : nilai $KMO \geq 0.5$ dengan signifikansi ≤ 0.05 yang artinya indikator variabel layak difaktor-analisiskan.

Berikut merupakan tabel hasil uji validitas terhadap variabel kredibilitas *youtuber* Jerome Polin (X) :

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kredibilitas Youtuber Jerome Polin (X)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.576
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	246.988
	df	91
	Sig.	.000

Sumber : Data SPSS olahan peneliti

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kredibilitas *youtuber* Jerome Polin (X) diatas dapat dilihat bahwa nilai KMO adalah 0.576 yang memiliki nilai lebih besar dari 0.5 dan memiliki signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pada variabel Kredibilitas *youtuber* Jerome Polin (X) dapat dinyatakan valid.

Berikut merupakan tabel hasil uji validitas variabel keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu (Y) :

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas variabel keterlibatan remaja pada Channel Nihongo Mantappu (Y)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.624
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	284.116
	df	55
	Sig.	.000

Sumber : Data SPSS olahan peneliti

Berdasarkan hasil uji validitas variabel remaja pada *channel* Nihongo Mantappu (Y) diatas dilihat bahwa nilai KMO adalah 0.624 yang artinya lebih besar dari 0.5 dan memiliki signifikansi 0.000 yang artinya juga lebih kecil dari 0.05, oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pada variabel keterlibatan remaja pada *Channel* Nihongo Mantappu (Y) dapat dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Kriyantono pada buku Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif mengenai uji reliabilitas menyatakan, “Sebenarnya reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Dengan kata lain, suatu alat ukur memiliki reliabilitas bila hasil pengukurannya relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali oleh periset yang sama atau oleh periset lainnya.” (Kriyantono, 2020:287)

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas juga sama penting dengan uji lainnya, dan dapat

dipertanggungjawabkan hasilnya. Uji reliabilitas menggunakan pengukuran *cronbach's alpha*. Hal ini merupakan ukuran yang banyak digunakan dalam berbagai penelitian. Menurut Hair (2014, h.123) mendefinisikan bahwa, ukuran dari *cronbach's alpha* adalah taraf ukur yang dapat menilai adanya hubungan positif terhadap jumlah item yang diukur. Selain itu *cronbach's alpha* juga bertujuan untuk melihat *internal consistency* yaitu, sejauh mana persamaan indikator untuk mengukur variabel tersebut. Berikut merupakan dasar pengambilan keputusan sebuah data dapat dikatakan reliabel menurut Hair, dkk. (2014, h.123):

1. Jika Cronbach's Alpha > 0.70 maka data reliabel
2. Jika Cronbach's Alpha < 0.70 maka data tidak reliabel

Berikut merupakan tabel *cronbach's alpha* yang dilakukan terhadap variabel kredibilitas *youtuber* Jerome Polin (X) :

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas variabel kredibilitas *youtuber*

Jerome Polin (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	14

Sumber : Data SPSS olahan peneliti

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel kredibilitas *youtuber* Jerome Polin (X) di atas, dapat dilihat *cronbach's alpha* bernilai 0.817 artinya lebih besar dari 0.70, oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa kredibilitas *youtuber* Jerome Polin (X) reliabel.

Kemudian, berikut merupakan tabel *cronbach's alpha* yang dilakukan terhadap variabel keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu (Y) :

Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas variabel keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.922	11

Sumber : Data SPSS olahan peneliti

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu (Y), dapat dilihat *cronbach's alpha* bernilai 0.922 artinya lebih besar dari 0.70, dapat disimpulkan bahwa variabel keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu (Y) reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Kriyantno dalam buku Teknik Praktis riset Komunikasi kuantitatif dan Kualitatif mengenai analisa data yaitu: “Analisa data adalah proses memilah, mengelompokkan, dan mengurutkan data ke dalam pola

atau kategori, dan mendialogkan data dengan data, baik data dalam satu pola/kategori maupun data antar pola/kategori sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dilakukan pengujian hipotesis.” (Kriyantono, 2020:327)

Teknik analisis data akan dilakukan secara deskriptif dan inferensial. Teknik deskriptif Menurut Kriyantono (2020:324), “Statistik Deskriptif digunakan untuk menggambarkan perilaku atau objek tertentu lainnya”. Atau dengan pengertian bahwa teknik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data dengan tabulasi frekuensi.

Selain teknik inferensial menurut Kriyantono (2020:33) menyatakan, “Statistik inferensial digunakan untuk riset eksplanatif yang bertujuan menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel”. Atau dengan pengertian bahwa teknik inferensial dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian ini.

Penelitian ini, akan melihat seberapa kuat variabel bebas (kredibilitas) memengaruhi variabel terikat (keterlibatan remaja). Selain itu hal ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat variabel bebas memengaruhi variabel terikat lalu akan dilanjutkan dengan melakukan analisis regresi sederhana.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Terdapat pengaruh kredibilitas *youtuber* Jerome Polin terhadap keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu

Hipotesis Statistik dalam penelitian ini adalah:

H₀ : Tidak ada pengaruh kredibilitas *youtuber* Jerome Polin terhadap keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu

H_a : Terdapat pengaruh kredibilitas *youtuber* Jerome Polin terhadap

keterlibatan remaja pada *channel* Nihongo Mantappu

Untuk membuktikan hipotesis penelitian diatas akan digunakan uji regresi. Bungin (2016:323) mengatakan bahwa “rancangan uji regresi dimaksud untuk menguji bagaimana pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Rancangan (model) ini juga digunakan untuk melihat perbedaan besar kecil pengaruh variabel X terhadap variabel Y.”

Menurut Mustikowati (dalam Kriyanto, 2020:340), “regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan”. Pada penelitian ini, uji regresi yang digunakan adalah yang sederhana, dengan satu variabel terikat dan satu variabel bebas. Uji regresi dilakukan untuk melihat pengaruh dari kredibilitas terhadap keterlibatan remaja.