



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan berjenis kuantitatif. Kasiram (2008, p. 145) berpendapat bahwa penelitian kuantitatif adalah proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data (angka) sebagai alat untuk menganalisis keterangan dari apa yang ingin diteliti (Abidin, 2015, p. 26).

Menurut Nana dan Ibrahim (2001, pp. 6-7) penelitian kuantitatif memiliki karakteristik (Abidin, 2015, p. 27) :

1. Menggunakan pola berfikir deduktif yaitu memahami suatu kejadian dengan cara menggunakan teori dan konsep yang umum untuk menjelaskan satu kejadian yang bersifat khusus.
2. Logika yang digunakan yaitu logika positivistik untuk menghindari sesuatu yang bersifat subjektif.
3. Proses penelitian dilakukan dengan mengikuti prosedur yang sudah direncanakan.
4. Tujuan dari penelitian kuantitatif untuk menyusun ilmu nomotetik.
5. Subjek yang diteliti, data yang dikumpulkan, dan sumber data yang dibutuhkan dapat digunakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.
6. Pengumpulan data dilakukan melalui pengukuran menggunakan alat yang objektif, serta melibatkan perhitungan atau kuantifikasi data.

7. Analisis data dilakukan setelah semua data terkumpul.
8. Dalam analisis data peneliti dituntut memahami cara perhitungan dan Teknik statistik.

Penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Abidin (2015, p. 28) penelitian deskriptif memiliki ciri-ciri seperti (1) memberikan gambaran terhadap fenomena – fenomena yang diteliti; (2) menerangkan hubungan (korelasi); (3) menguji hipotesis yang diajukan; (4) membuat prediksi kejadian; (5) memberikan makna atau implikasi pada satu masalah yang diteliti.

Penelitian deskriptif yaitu kemampuan untuk menganalisis dan menyajikan data secara sistematis sehingga hasil pengolahan data dapat dipahami dan disimpulkan, salah satu penelitian deskriptif yang paling umum dengan menggunakan metode survei (Abidin, 2015, p. 28).

### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian mengenai respon penggemar *idol* k-pop terhadap ujaran kebencian ini menggunakan metode survei yang ditujukan kepada penggemar *idol* k-pop di Indonesia. Secara umum metode survei digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui pengamatan dan pemeriksaan terhadap suatu subjek (Abidin, 2015, p. 100).

Masyhuri dan Zainuddin (2008, p. 35) menjelaskan bahwa penelitian survei memiliki tujuan utama yaitu menghasilkan statistik, deskriptif kuantitatif, dan memberikan deskripsi angka mengenai populasi yang diteliti,

kemudian informasi yang dikumpulkan hanya sebagian dari populasi atau hanya sampel saja (Abidin, 2015, p. 104).

Menurut Wirartha tujuan dari metode survei adalah (Abidin, 2015, p. 102)

1. Mengumpulkan informasi
2. Mengukur gejala – gejala permasalahan
3. Memperoleh gambaran umum tentang karakteristik dan aspek dari populasi
4. Mengumpulkan data yang berkaitan dengan sikap, nilai, pendapat, dan perilaku.
5. Identifikasi gejala.

Kemudian, metode survei yang peneliti lakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring (*online*) dengan menggunakan *google form*. Penggunaan *google form* dianggap efisien untuk menghemat waktu dan pertanyaan dapat dijangkau oleh responden dimana saja dan kapan saja serta tidak banyak biaya yang harus dikeluarkan.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Dalam sebuah penelitian diperlukan populasi, Saptutyingsih & Setyaningrum (2019) menjelaskan populasi adalah generalisasi atas objek dan subjek yang memiliki karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan populasi yang memiliki jumlah tak terhingga. Populasi tidak terhingga adalah populasi dengan sumber data yang tidak memiliki batasan kuantitatif (Saptutyingsih & Setyaningrum, 2019, p.

128). Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar *idol* k-pop Indonesia. Populasi dalam penelitian ini memiliki jumlah yang tidak dapat diketahui.

Selain itu, penelitian ini juga tergolong sebagai populasi homogen. Populasi homogen adalah jenis populasi dimana setiap anggota memiliki karakter yang sama antara satu sama lain (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 128). Populasi homogen dalam penelitian ini memiliki karakteristik yaitu seorang penggemar *idol* K-pop di Indonesia yang aktif dalam menggunakan media sosial.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan setengah dari jumlah populasi yang akan diteliti, setiap populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sampel dapat dikatakan sebagai cara pengumpulan data dengan mengambil sebagian populasi untuk di teliti (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 128). Kemudian, karena populasi penggemar *idol* k-pop tidak diketahui jumlahnya maka untuk menentukan sampel pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Lemeshow (1990).

U I M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Rumus yang peneliti gunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 P(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$Z^2 1 - \alpha / 2$  = nilai standar dari distribusi yang sesuai dengan nilai  $\alpha = 5\%$  atau 1.96 (t Tabel)

P = maksimal estimasi (0.5) jika P (1-p) = 0,25

d = nilai alpha (0,05)

karena jumlah populasinya belum diketahui, diperlukan tabel tingkat kepercayaan untuk menentukan besarnya sampel penelitian. Kemudian untuk menentukan nilai p (1-p) dapat dilihat dalam tabel berikut (Lemeshow, 1990, p. 42).

Tabel 3.1 Nilai P dan P (1-p)

<b>P</b>	<b>P (1 - p)</b>
0,5	0,25
0,4	0,24
0,3	0,21
0,2	0,16
0,1	0,09

Sumber : Priyambodo (2019,p. 10)

Selanjutnya, peneliti memilih nilai  $P = 0,5$  dalam menentukan jumlah sampel. Lemeshow (1990, p. 2) mengatakan menggunakan nilai  $P = 0,5$  sudah cukup untuk menentukan besaran sampel (Priyambodo, 2019, p. 10). Kemudian peneliti juga menggunakan nilai alpha sebesar 0,05 (d). berdasarkan rumus Lemeshow, menghasilkan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Sehingga hasil sampel yang dibutuhkan sebanyak 384,16 dan dibulatkan menjadi 400 responden. Untuk itu penelitian ini membutuhkan sampel sebanyak 400 responden yang merupakan penggemar *idol* k-pop di Indonesia.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Sugiyono (2009, dalam Abidin, 2015) mendefinisikan variabel sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda, dengan kata lain variabel adalah sesuatu yang memiliki variasi, variabel juga dapat dijelaskan sebagai

atribut, sifat, dan nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya saja (Abidin, 2015, p. 56).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengukuran terhadap suatu variabel dengan menggunakan salah satu jenis variabel komunikasi. Kemudian, peneliti melakukan analisis untuk mencari pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya, maka jenis variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel bergantung.

Variabel bebas adalah variabel pemicu atau penyebab dari variabel lainnya (X), sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dikatakan sebagai variabel akibat dari variabel bebas (Y) (Abidin, 2015, p. 56). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) Pengaruh Literasi Media dan (Y) Respon Penggemar *idol* K-Pop di media sosial terhadap ujaran kebencian.

Dalam menentukan variabel Y peneliti memiliki keterbatasan dalam menterjemahkan indikator sehingga menimbulkan bias.

Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel

Variable	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator
Tingkat Literasi media di (X)	Akses (X <sub>1</sub> )	Kemampuan mengakses sosial media dalam mencari informasi.	X <sub>1.1</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu memahami kebutuhan informasi yang ada di media sosial.

			<p>X<sub>1.2</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu mengambil informasi di sosial media dengan baik.</p> <p>X<sub>1.3</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu membuat sosial media sebagai sarana informasi dengan konten yang informatif.</p>
	Evaluasi (X <sub>2</sub> )	Kemampuan untuk memberikan evaluasi terhadap konten yang mengandung ujaran kebencian	<p>X<sub>2.1</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu memahami informasi yang didapatkan di media sosial.</p> <p>X<sub>2.2</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop memiliki kemampuan dalam memberikan penilaian terhadap isi konten yang mengandung ujaran kebencian</p>

			<p>X<sub>2.3</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu mengelolah isi konten agar tidak menyebabkan penyebaran hate speech</p>
	<p>Kreasi (X<sub>3</sub>)</p>	<p>Mampu menciptakan sosial media sebagai sarana informasi yang sehat</p>	<p>X<sub>3.1</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu membuat konten di sosial media tanpa menjelek-jelekan <i>idol</i> lain.</p> <p>X<sub>3.2</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu memberikan informasi mengenai <i>idol</i> k-pop dengan sumber dan informasi yang valid.</p> <p>X<sub>3.3</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu membuat media sosial sebagai sarana media terbaik untuk saling memberikan informasi mengenai <i>idol</i> k-pop.</p>

			<p>X<sub>3.4</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu menghargai konten lain di luar <i>idol</i> k-pop nya</p> <p>X<sub>3.5</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop mampu untuk tidak mengeluarkan kata-kata kasar yang memicu <i>fanwar</i> dan <i>hate speech</i> di media sosial.</p>
<p>Respon Penggemar <i>idol</i> K-Pop (Y)</p>	<p>Pengetahuan terhadap <i>hate speech</i> (Y<sub>1</sub>)</p>	<p>Pengetahuan terhadap ujaran kebencian di media sosial (<i>hate speech</i>)</p>	<p>Y<sub>1.1</sub> Penggemar <i>Idol K-pop</i> memiliki pengetahuan mengenai apa itu ujaran kebencian.</p> <p>Y<sub>1.2</sub> Penggemar <i>Idol K-pop</i> mengetahui apa saja dampak yang terjadi ketika melontarkan ujaran kebencian di media sosial.</p>

			Y <sub>1.3</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop memiliki kemampuan untuk tidak menyebarkan ujaran kebencian di media sosial.
	Respon terhadap <i>hate speech</i> (Y <sub>2</sub> )	Respon dalam menanggapi ujaran kebencian di media sosial	<p>Y<sub>2.1</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop memberikan tanggapan ujaran kebencian di media sosial dengan kembali memberikan ujaran kebencian.</p> <p>Y<sub>2.2</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop memberikan tanggapan kebencian dengan cara mengajak teman-teman <i>fandom</i> nya untuk menyerang pelaku.</p> <p>Y<sub>2.3</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop memberikan tanggapan ujaran kebencian di media sosial dengan memblokir dan</p>

			<p>menghapus pertemanan dari akun media sosial tersebut.</p> <p>Y<sub>2.4</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop memberikan tanggapan ujaran kebencian dengan cara mengajak teman – teman <i>fandomnya</i> untuk <i>report</i> akun sosial media pelaku.</p> <p>Y<sub>2.5</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop tidak memberikan tanggapan apapun jika mendapatkan ujaran kebencian di media sosial.</p>
	<p>Informasi yang dicari ketika menggunakan sosial media (Y<sub>3</sub>)</p>	<p>kemampuan penggemar <i>idol</i> k-pop menggunakan sosial media untuk mencari informasi</p>	<p>Y<sub>3.1</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop menggunakan media sosial untuk mencari informasi terkait dengan keadaan <i>idol</i> K-pop.</p>

			<p>Y<sub>3.2</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai jadwal tayang <i>idol</i> k-pop di berbagai acara.</p> <p>Y<sub>3.3</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai tiket konser <i>idol</i> kpop</p> <p>Y<sub>3.4</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop menggunakan media sosial untuk mencari informasi lagu atau video <i>idol</i> k-pop</p> <p>Y<sub>3.5</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai materi dan tugas sekolah.</p>
--	--	--	---

			Y <sub>3.6</sub> penggemar <i>idol</i> k-pop menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai sesuatu yang sedang <i>viral</i> .
--	--	--	---

Sumber : olahan peneliti

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan kuesioner secara daring melalui *google forms*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan terhadap responden (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 92). Kemudian, kuisoner mempunyai berbagai macam jenis menurut (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 93), yaitu :

1. Kuesioner tertutup, dimana responden hanya menentukan jawaban sesuai pilihan yang sudah tersedia.
2. Kuesioner terbuka, dimana responden bebas memberikan pendapat dan jawaban sesuai dengan pertanyaan yang sudah tersedia.
3. Kuesioner kombinasi (terbuka dan tertutup) dimana pertanyaan tertutup dilanjutkan dengan pertanyaan terbuka (pertanyaan campuran).

4. Kuesioner semi terbuka, Kuesioner ini memiliki jawaban yang terstruktur namun memungkinkan memiliki jawaban yang sama.

Peneliti menggunakan kuesioner dengan menggunakan pertanyaan tertutup, dimana pertanyaan yang tersedia sudah memiliki pilihan jawaban maka, responden tidak dapat membuat jawaban diluar jawaban yang sudah tersedia. Peneliti memilih pertanyaan kuesioner tertutup dikarenakan dapat memudahkan peneliti dan responden.

### 3.6 Teknik Pengukuran Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk memberikan estimasi persepsi, sikap, dan argumen seseorang atas satu kejadian sosial (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 145).

Jawaban dari masing – masing elemen dalam skala likert memiliki variasi dari yang paling positif hingga negatif (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 146). Dalam penelitian ini jawaban yang menggunakan skala likert memiliki variasi sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) : 5
2. Setuju (S) : 4
3. Biasa Saja (BS) : 3

4. Tidak Setuju (TS) : 2

5. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Kemudian, indikator tersebut digunakan sebagai tolak ukur peneliti dengan pertanyaan – pertanyaan yang sudah ditentukan, setelah itu responden diminta memberikan jawaban sesuai dengan indikator yang ada (Saptutyningsih & Setyaningrum, 2019, p. 145).

### 3.7 Reliabilitas dan Validitas Data

#### 3.7.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat ukur untuk mengukur satu objek, validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tes pengukuran terhadap objek yang diukur (Saptutyningsih & Setyaningrum, 2019, p. 164).

Saptutyningsih & Setyaningrum (2019, p. 164) menjelaskan bahwa uji validitas item dapat dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *product moment* yang ada pada *software* SPSS. Cara perhitungan uji validitas ini dengan menghitung skor butir variabel (X) yang dikorelasikan dengan variabel (Y).

Peneliti menggunakan uji validitas kepada 30 responden, dengan perhitungan menggunakan rumus *correlation product moment*, item pertanyaan dinyatakan valid apabila T tabel  $< 0,361$  atau setara dengan taraf signifikan 5%.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas variabel X Pengaruh Literasi Media

Item	Pearson correlation
X <sub>1.1</sub>	Valid
X <sub>1.2</sub>	Valid
X <sub>1.3</sub>	Valid
X <sub>2.1</sub>	Valid
X <sub>2.2</sub>	Valid
X <sub>2.3</sub>	Valid
X <sub>3.1</sub>	Valid
X <sub>3.2</sub>	Valid
X <sub>3.3</sub>	Valid
X <sub>3.4</sub>	Valid
X <sub>3.5</sub>	Valid

Sumber : Olah data SPSS, 2021

Hasil uji korelasi pearson pada pengaruh literasi media, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel (X) dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki T tabel yang lebih besar dari 0,361.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas variabel Y Respon penggemar *idol* K-pop terhadap ujaran kebencian di media sosial

Item	Pearson correlation
Y <sub>1.1</sub>	Valid

Y <sub>1.2</sub>	Tidak Valid
Y <sub>1.3</sub>	Tidak Valid
Y <sub>2.1</sub>	Valid
Y <sub>2.2</sub>	Valid
Y <sub>2.3</sub>	Valid
Y <sub>2.4</sub>	Valid
Y <sub>2.5</sub>	Tidak Valid
Y <sub>3.1</sub>	Valid
Y <sub>3.2</sub>	Valid
Y <sub>3.3</sub>	Valid
Y <sub>3.4</sub>	Valid
Y <sub>3.5</sub>	Valid
Y <sub>3.6</sub>	Valid

Sumber : olahan peneliti

Hasil uji korelasi pearson pada respon penggemar *idol* k-pop di media sosial, menunjukkan terdapat tiga item pertanyaan yang tidak valid dan terdapat pada item pertanyaan Y<sub>1.2</sub>, Y<sub>1.3</sub> dan Y<sub>2.5</sub> hal ini dikarenakan item tersebut memiliki skor T tabel kurang dari 0.361. item pertanyaan tersebut harus dihilangkan atau dihapus dari analisis, hal ini harus dilakukan untuk meningkatkan reliabilitas instrumen penelitian.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Singarimbun (2008) menerangkan reliabilitas sebagai indikator validitas atau keakuratan suatu alat ukur. Reliabilitas dapat diketahui dengan melakukan pengukuran dengan cara dan hasil yang sama (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 166).

Penelitian ini menggunakan jenis reliabilitas konsistensi internal dimana peneliti akan menilai jawaban – jawaban dari pertanyaan yang telah tersedia. Kemudian, penelitian ini juga menggunakan reliabilitas konsistensi internal jenis rata–rata korelasi antar item dimana peneliti akan mendapatkan jawaban rata-rata dari hasil pemungutan jawaban. Selanjutnya untuk menghasilkan nilai rata – rata didapatkan dari hasil koefisiensi yang disatukan atau dapat disebut dengan teknik *alpha cronbanch*.

Saptutyningasih & Setyaningrum (2019, p. 168) mengatakan bahwa reliabilitas memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Apabila  $\alpha > 0,90$  maka reliabilitas sempurna.
- b. Apabila reliabilitas antara  $0,70 - 0,90$  maka reliabilitas tinggi.
- c. Apabila  $\alpha$  antara  $0,05 - 0,70$  maka reliabilitas moderat.
- d. Apabila  $\alpha < 0,50$  maka reliabilitas rendah.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Tabel 3.5 Hasil Uji reliabilitas variabel X Pengaruh Literasi Media

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.748	11

Sumber: Olahan Peneliti

Dari hasil uji reliabilitas, angka yang diperoleh dari *alpha cronbanch* memiliki reliabilitas tinggi senilai 0,748 untuk pengaruh literasi media atau variabel (X). artinya, item pertanyaan dinyatakan reliabel karena memiliki skor yang lebih dari 0,70.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Y Respon Penggemar *Idol* K-Pop Terhadap Ujaran Kebencian Di Media Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	11

Sumber: Olahan Peneliti

Dari hasil uji reliabilitas, angka yang diperoleh dari *alpha cronbach* memiliki reliabilitas senilai .830 untuk respon penggemar *idol* k-pop terhadap ujaran kebencian di media sosial atau variabel (Y). artinya item pertanyaan dinyatakan reliabel karena memiliki skor yang lebih dari 0,70.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif digunakan untuk menarik suatu kesimpulan dari data atau angka dengan menggunakan metode atau formula tertentu yang sudah tersedia (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019, p. 158).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perangkat lunak komputer SPSS (*statistical package for the social science*) untuk mengolah data. Pertama peneliti melakukan uji normalitas terlebih dahulu lalu menggunakan data statistika deskriptif dan regresi linear sederhana.

Riyanto & Hatmawan (2020, p. 138) menjelaskan uji normalitas dilakukan dengan melihat bentuk kurva, jika kurva berada di tengah, data peneliti dinyatakan normal. Selain itu untuk mengetahui data peneliti normal atau tidak dapat dilakukan uji kolmogorof smirnov. Untuk itu, data dapat terdistribusi secara normal apabila  $\text{sig} > 0,05$  dan nilai  $\text{sig} < 0,05$  data tidak terdistribusi secara normal (Aulia, 2021, p. 54).

Sugiyono (2018) mengatakan bahwa uji normalisasi harus diuji terlebih dahulu untuk mengetahui variabel yang akan dianalisis sudah berdasarkan distribusi normal (Aulia, 2021, p. 54).

Setelah melakukan uji normalitas, peneliti melakukan teknik analisis deskriptif untuk mengetahui tingkat literasi penggemar *idol* k-pop di Indonesia. Teknik analisis deskriptif ini digunakan untuk mengetahui nilai rata – rata suatu dimensi. Nilai yang sudah didapatkan dikelompokkan menjadi lima kategori seperti sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi.

Widiyoko (2012) menyebutkan klasifikasi dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut :

$$Jarak\ Interval = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

$$Jarak\ Interval = \frac{5 - 1}{5}$$

$$Jarak\ Interval = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa jarak interval pada setiap kategori 0,8. Untuk itu peneliti menyusun tabel klasifikasi sebagai berikut :

Tabel 3.7 Hasil Klasifikasi Nilai Rata-Rata

Nilai Rata – Rata	Klasifikasi
1.0 – 1.80	<b>Sangat Rendah</b>
>1.80 – 2.70	<b>Rendah</b>

>2.70 – 3.60	<b>Sedang</b>
>3.60 – 4.50	<b>Tinggi</b>
>4.50 – 5.00	<b>Sangat Tinggi</b>

Sumber : Olahan Peneliti

Kemudian, setelah menghitung rata-rata dari masing – masing dimensi dan di setiap variabel, peneliti melakukan regresi linear variabel sederhana. Pramesti (2014, p. 101) menjelaskan regresi linear sederhana merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel (Aulia, 2021, p. 56).

Rumus regresi linear sederhana dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

**Keterangan :**

Y = variabel terikat

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = variabel bebas

(sugiyono, 2010 dalam Aulia, 2021, p. 56)

U  
M  
M  
N  
  
U  
N  
I  
V  
E  
R  
S  
I  
T  
A  
S  
  
M  
U  
L  
T  
I  
M  
E  
D  
I  
A  
  
N  
U  
S  
A  
N  
T  
A  
R  
A

Dalam melakukan uji hitung regresi linear sederhana ada tiga tahapan yang peneliti lakukan yaitu :

1. Peneliti akan melihat *r square* untuk mengetahui besar pengaruh antar variabel.
2. Melakukan uji signifikan (f) untuk melihat pengaruh antara variabel X dan Y, kemudian membuat perbandingan dengan 0,05. Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka antara variabel X dan Y saling mempengaruhi, sebaliknya jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka tidak ada pengaruh antara variabel X dan Y.
3. Peneliti melakukan uji signifikan (t) untuk pengambilan keputusan. Apabila nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka terdapat pengaruh antar variabel X dan Y dan sebaliknya jika  $< 0,05$  maka tidak ada pengaruh antara variabel X dan Y.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA