

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menerapkan paradigma positivisme yang melihat bahwa suatu realitas, gejala, atau fenomena itu dapat terukur, teramati, diklasifikasikan, dan relatif tetap atau konkrit serta bersifat kausal (Sugiyono, 2019). Untuk mencari tahu ada atau tidaknya perbedaan antara variabel motif penggunaan akun Youtube (X) dengan variabel pemenuhan kebutuhan pembelajaran (Y), hasil penelitian ini sendiri dipecahkan dengan angka yang bersifat terukur dan konkrit, guna menetapkan realitas serta kebenaran objektif dari hasil yang didapatkan.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis dan sifat yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sifat eksplanatif. Menurut Kriyantono (2021), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menjelaskan atau menggambarkan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan dengan tidak terlalu mementingkan kedalaman data. Namun, lebih kepada aspek keluasan data, sehingga hasil riset nantinya dapat dianggap sebagai representasi dari seluruh populasi yang akan didominasi oleh angka-angka.

Penelitian kuantitatif eksplanatif, ialah penelitian yang mencari tahu sebab-akibat antar dua atau lebih variabel yang akan diteliti (Kriyantono, 2021). Penelitian eksplanatif yang diterapkan oleh peneliti adalah lebih kepada eksplanatif komparatif. Yang bermaksud untuk ingin mengetahui hubungan antar variabel motif penggunaan akun Youtube (X) sebagai variabel independen dan variabel pemenuhan kebutuhan pembelajaran (Y) sebagai variabel dependen dengan mengukur dan membandingkan hasil perolehan nilai dari kedua variabel tersebut.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan metode survei yang menerapkan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data utamanya yang kemudian akan disebarakan kepada sejumlah sampel yang dipilih dari populasi tertentu. Survei dilakukan guna memperoleh informasi terkait perilaku, sikap, kepercayaan, ataupun nilai dari responden. Dengan proses pengumpulan dan analisis datanya yang bersifat terstruktur serta spesifik (Kriyantono, 2021). Survei diasumsikan sebagai penyelidikan kritis dari suatu permasalahan tertentu dalam memperoleh berbagai informasi yang diperlukan (Daniel dalam Sudaryo et al., 2019).

3.4 Populasi dan Sampel

Berikut merupakan populasi dan sampel dalam penelitian ini.

3.4.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik yang telah dipertimbangkan untuk dipelajari yang kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini, ialah *subscribers* dari akun Youtube Kimbab Family yang berjumlah 2,39 juta *subscribers*.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang menjadi perwakilan dari populasinya tersebut (Sugiyono, 2019). Dalam menentukan sampel, dibutuhkannya teknik *sampling* yaitu pada penelitian ini menerapkan teknik *non-probability sampling* dengan metode penarikan *purposive sampling*. Yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama kepada seluruh individu dalam populasi untuk dijadikan sebagai sampel dengan telah ditentukan berbagai kriterianya oleh peneliti.

Kriteria untuk sampel penelitian ini, di antaranya (1) aktif mengakses media sosial Youtube; (2) berusia 19 – 26 tahun; (3) *subscribe* akun Youtube Kimbab Family, dan (4) menonton konten-konten video yang disajikan oleh akun Youtube Kimbab Family. Sampel yang diterapkan dalam penelitian ini berjumlah 203 responden.

3.5 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Menurut Sugiyono (2019), variabel merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek maupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang akan diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Agar suatu variabel dapat diukur, variabel mesti dirangkep ke dalam konsep operasionalisasi variabel.

Penelitian ini mempunyai dua variabel, di antaranya variabel independen (X) yaitu motif penggunaan akun Youtube dan variabel dependen (Y) yaitu pemenuhan kebutuhan pembelajaran. Berikut adalah operasionalisasi variabel beserta dimensi dan indikator dari setiap variabel pada penelitian ini yang disesuaikan dengan konteks penelitian ini.

3.5.1 Variabel Motif Penggunaan Akun Youtube (X)

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah motif penggunaan akun Youtube yang mengacu pada konsep kategori kebutuhan khalayak menurut Katz, Gurevitch, dan Haas dalam (West & Turner, 2018). Yang terbagi menjadi lima dimensi, di antaranya motif kognitif, motif afektif, motif integrasi personal, motif integrasi sosial, dan motif pelepasan. Berikut adalah operasionalisasi dari variabel motif penggunaan akun Youtube:

Pertama, dimensi motif kognitif merupakan keinginan *subscribers* untuk menambah pengetahuan mengenai budaya komunikasi Korea Selatan dalam hal bahasa, gaya bicara, gestur, *body language*, serta penampilan pakaian dari akun Youtube Kimbab Family.

Kedua, dimensi motif afektif merupakan keinginan *subscribers* untuk mencari sumber akun Youtube mengenai budaya komunikasi Korea Selatan yang terpercaya agar dapat mengurangi kecemasannya terhadap sumber akun Youtube yang tidak terpercaya atau tidak kredibel dan untuk mengurangi kecemasannya terhadap ketertinggalan pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan. Serta, keinginan *subscribers* untuk bisa memperoleh pengalaman yang menyenangkan terkait pemenuhan pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan yang memuaskan dari akun Youtube Kimbab Family.

Ketiga, dimensi motif integrasi personal merupakan keinginan *subscribers* untuk meningkatkan kepercayaan diri, kredibilitas, status, dan rasa bangga setelah mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan dari akun Youtube Kimbab Family.

Keempat, dimensi motif integrasi sosial merupakan keinginan *subscribers* untuk memperluas koneksi baru dan mempererat ikatan hubungan dengan orang Korea Selatan atau orang lain yang juga tertarik dan sedang mempelajari budaya Korea Selatan.

Kelima, dimensi motif pelepasan yaitu menggunakan akun Youtube Kimbab Family sekaligus sebagai pengalihan untuk menghibur diri dan mengisi waktu luang.

Berikut merupakan tabel dari operasionalisasi variabel X.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Motif Penggunaan Akun Youtube (X) Katz, Gurevitch, & Haas dikutip dalam (West & Turner, 2018)	Motif Kognitif	Untuk menambah pengetahuan akan bahasa	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk menambah pengetahuan mengenai bahasa Korea Selatan	<i>Interval</i>
		Untuk menambah pengetahuan akan gaya bicara	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk menambah pengetahuan mengenai gaya bicara orang Korea Selatan	<i>Interval</i>
		Untuk menambah pengetahuan akan gestur	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk menambah pengetahuan mengenai gestur orang Korea Selatan dalam berkomunikasi	<i>Interval</i>
		Untuk menambah pengetahuan akan <i>body language</i>	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk menambah pengetahuan mengenai <i>body language</i> orang	<i>Interval</i>

			Korea Selatan dalam berkomunikasi	
		Untuk menambah pengetahuan akan penampilan pakaian	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk menambah pengetahuan mengenai budaya serta tren penampilan pakaian orang Korea Selatan	<i>Interval</i>
	Motif Afektif	Untuk mengurangi kecemasan terhadap sumber yang tidak terpercaya	Saya mencari suatu akun Youtube yang berisi pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan yang terpercaya	<i>Interval</i>
		Untuk mengurangi kecemasan terhadap ketertinggalan pengetahuan	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk mengurangi rasa kecemasan terhadap ketertinggalan pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
		Untuk memperoleh pengalaman menyenangkan dengan pengetahuan yang memuaskan	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk memuaskan rasa ingin tahu mengenai pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
	Motif Integrasi Personal	Untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family agar dapat meningkatkan rasa percaya diri untuk berkomunikasi dengan orang Korea Selatan	<i>Interval</i>
			Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family agar dapat meningkatkan rasa percaya diri untuk berkomunikasi dengan orang lain yang juga sedang mempelajari dan mempraktikkan budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>

		Untuk meningkatkan kredibilitas diri	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk membuat diri saya menjadi lebih kredibel dengan menguasai budaya dari negara lain yang dapat menjadi nilai tambah dalam bekerja	<i>Interval</i>
		Untuk meningkatkan status karir	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family agar dapat meningkatkan status karir saya saat ini maupun ke depannya	<i>Interval</i>
		Untuk membuat diri sendiri merasa lebih bangga	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk bisa merasa bangga terhadap diri sendiri dengan belajar dan mempraktikkan budaya dari negara lain selain budaya dalam negara sendiri saja	<i>Interval</i>
	Motif Integrasi Sosial	Untuk mempererat ikatan hubungan	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk mempererat hubungan dengan orang Korea Selatan	<i>Interval</i>
			Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family untuk mempererat hubungan dengan orang yang juga tertarik dan sedang mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
			Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family agar dapat membagikan informasi mengenai pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan kepada keluarga/teman dekat yang tertarik pada budaya Korea Selatan	<i>Interval</i>
			Saya ingin menyarankan akun Youtube yang membahas pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan yang <i>up-to-date</i> dan seru kepada keluarga/teman dekat	<i>Interval</i>

			yang tertarik untuk mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan	
			Saya ingin mendiskusikan informasi mengenai pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan dalam akun Youtube Kimbab Family dengan keluarga/teman dekat yang juga sedang mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
		Untuk memperluas koneksi baru	Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family agar dapat memperluas koneksi baru dengan orang Korea Selatan	<i>Interval</i>
			Saya menggunakan akun Youtube Kimbab Family agar dapat memperluas koneksi baru dengan orang yang juga tertarik dan sedang mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
	Motif Pelepasan	Untuk menghibur diri	Saya menonton konten akun Youtube Kimbab Family untuk menghibur diri saya	<i>Interval</i>
		Untuk mengisi waktu luang	Saya menonton konten akun Youtube Kimbab Family untuk mengisi waktu luang saya	<i>Interval</i>

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

3.5.2 Variabel Pemenuhan Kebutuhan Pembelajaran (Y)

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat oleh variabel independen (bebas). Yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah pemenuhan kebutuhan pembelajaran yang mengacu pada konsep kategori kebutuhan khalayak berdasarkan tipologi Katz, Gurevitch, dan Haas dalam (West & Turner, 2018). Yang terbagi menjadi lima dimensi, yakni pemenuhan kebutuhan kognitif, pemenuhan kebutuhan

afektif, pemenuhan kebutuhan integrasi personal, pemenuhan kebutuhan integrasi sosial, dan pemenuhan kebutuhan pelepasan. Berikut operasionalisasi dari variabel pemenuhan kebutuhan pembelajaran:

Pertama, dimensi pemenuhan kebutuhan kognitif adalah *subscribers* akun Youtube Kimbab Family dapat menambah pengetahuan mengenai budaya komunikasi Korea Selatan dalam hal bahasa, gaya bicara, gestur, *body language*, dan penampilan pakaian.

Kedua, dimensi pemenuhan kebutuhan afektif adalah *subscribers* dapat mengurangi kecemasan dengan menemukan sumber akun Youtube mengenai budaya komunikasi Korea Selatan yang terpercaya dan tidak merasa ketertinggalan pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan. Selain itu, *subscribers* dapat memperoleh pengalaman menyenangkan terkait pemenuhan pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan yang memuaskan dari akun Youtube Kimbab Family.

Ketiga, dimensi pemenuhan kebutuhan integrasi personal adalah *subscribers* dapat meningkatkan kepercayaan diri, kredibilitas, status, dan rasa bangga setelah mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan dari akun Youtube Kimbab Family.

Keempat, dimensi pemenuhan kebutuhan integrasi sosial adalah *subscribers* dapat memperluas koneksi baru dan mempererat ikatan hubungan dengan orang Korea Selatan atau orang lain yang juga tertarik dan sedang mempelajari budaya Korea Selatan.

Kelima, dimensi pemenuhan kebutuhan pelepasan adalah dengan menggunakan akun Youtube Kimbab Family, *subscribers* dapat sekaligus menghibur diri dan mengisi waktu luang.

Berikut merupakan tabel dari operasionalisasi variabel Y.

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Pemenuhan Kebutuhan Pembelajaran (Y)	Pemenuhan Kebutuhan Kognitif	Dapat menambah pengetahuan akan bahasa	Akun Youtube Kimbab Family menambah pengetahuan saya mengenai bahasa Korea Selatan	<i>Interval</i>

Katz, Gurevitch, & Haas dikutip dalam (West & Turner, 2018)				
		Dapat menambah pengetahuan akan gaya bicara	Akun Youtube Kimbab Family menambah pengetahuan saya mengenai gaya bicara orang Korea Selatan	<i>Interval</i>
		Dapat menambah pengetahuan akan gestur	Akun Youtube Kimbab Family menambah pengetahuan saya mengenai gestur orang Korea Selatan dalam berkomunikasi	<i>Interval</i>
		Dapat menambah pengetahuan akan <i>body language</i>	Akun Youtube Kimbab Family menambah pengetahuan saya mengenai <i>body language</i> orang Korea Selatan dalam berkomunikasi	<i>Interval</i>
		Dapat menambah pengetahuan akan penampilan pakaian	Akun Youtube Kimbab Family menambah pengetahuan saya mengenai budaya serta tren penampilan pakaian orang Korea Selatan	<i>Interval</i>
	Pemenuhan Kebutuhan Afektif	Dapat mengurangi kecemasan terhadap sumber yang tidak terpercaya	Akun Youtube Kimbab Family merupakan akun yang berisi pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan yang terpercaya	<i>Interval</i>
		Dapat mengurangi kecemasan terhadap ketertinggalan pengetahuan	Akun Youtube Kimbab Family mengurangi rasa kecemasan saya terhadap ketertinggalan pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
		Dapat memperoleh pengalaman menyenangkan dengan pengetahuan yang memuaskan	Akun Youtube Kimbab Family memberikan informasi mengenai pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan yang memuaskan rasa ingin tahu saya	<i>Interval</i>

	Pemenuhan Kebutuhan Integrasi Personal	Dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi	Akun Youtube Kimbab Family meningkatkan rasa percaya diri saya untuk berkomunikasi dengan orang Korea Selatan	<i>Interval</i>
			Akun Youtube Kimbab Family meningkatkan rasa percaya diri saya untuk berkomunikasi dengan orang lain yang juga sedang mempelajari dan mempraktikkan budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
		Dapat meningkatkan kredibilitas diri	Akun Youtube Kimbab Family membuat saya menjadi lebih kredibel dengan menguasai budaya dari negara lain yang dapat menjadi nilai tambah dalam bekerja	<i>Interval</i>
		Dapat meningkatkan status karir	Akun Youtube Kimbab Family dapat meningkatkan status karir saya saat ini maupun ke depannya	<i>Interval</i>
		Dapat membuat diri sendiri merasa lebih bangga	Akun Youtube Kimbab Family membuat saya merasa bangga terhadap diri saya sendiri karena telah berhasil untuk bisa belajar dan mempraktikkan budaya dari negara lain selain budaya dalam negara sendiri saja	<i>Interval</i>
	Pemenuhan Kebutuhan Integrasi Sosial	Dapat mempererat ikatan hubungan	Akun Youtube Kimbab Family dapat mempererat hubungan saya dengan orang Korea Selatan	<i>Interval</i>
			Akun Youtube Kimbab Family dapat mempererat hubungan saya dengan orang yang juga tertarik dan sedang mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan	
			Informasi mengenai pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan dalam akun Youtube Kimbab	<i>Interval</i>

			Family dapat dibagikan kepada keluarga/teman dekat saya yang tertarik pada budaya Korea Selatan	
			Akun Youtube Kimbab Family dapat disarankan kepada keluarga/teman dekat saya yang tertarik untuk mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
			Informasi mengenai pengetahuan budaya komunikasi Korea Selatan dalam akun Youtube Kimbab Family dapat didiskusikan dengan keluarga/teman dekat saya yang juga sedang mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
		Dapat memperluas koneksi baru	Akun Youtube Kimbab Family dapat membuat saya memperluas koneksi baru dengan orang Korea Selatan atau yang juga tertarik dan sedang mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan	<i>Interval</i>
			Akun Youtube Kimbab Family dapat membuat saya memperluas koneksi baru dengan orang yang juga tertarik dan sedang mempelajari budaya komunikasi Korea Selatan	
	Pemenuhan Kebutuhan Pelepasan	Dapat menghibur diri	Akun Youtube Kimbab Family menghibur diri saya	<i>Interval</i>
		Dapat mengisi waktu luang	Akun Youtube Kimbab Family mengisi waktu luang saya	<i>Interval</i>

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap yang paling utama atau strategis dalam penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data bisa diperoleh dari beragam sumber yang dibagi menjadi data primer dan sekunder.

Data primer merupakan sumber yang langsung didapatkan oleh peneliti tanpa melalui orang kedua atau ketiga. Misalnya didapatkan dengan cara penyebaran kuesioner atau wawancara peneliti secara langsung dengan responden (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan sebuah daftar yang mencakup sejumlah pertanyaan yang mesti diisi oleh para responden. Kuesioner dapat dibagikan melalui *e-mail*, pesan media sosial, atau bisa langsung mendatangi responden (Kriyantono, 2021). Peneliti sendiri menyebarkan kuesioner dalam bentuk *Google Form (G-Form)* kepada para responden yaitu *subscribers* dari akun Youtube Kimbab Family melalui *direct message* media sosial. Yang dilakukan selama perkiraan 2 minggu lebih, dengan didapatkan sebanyak 203 responden.

Sementara itu, data sekunder merupakan sumber yang tidak didapatkan langsung oleh peneliti atau melalui orang lain. Misalnya bisa melalui dokumen atau studi literatur (Sugiyono, 2019). Sumber data sekunder penelitian ini diperoleh dengan studi literatur dari buku, jurnal terdahulu, skripsi serta artikel *online* yang kredibel.

3.7 Teknik Pengukuran Data

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Siregar dalam (Aini & Nanda, 2019), uji validitas diterapkan untuk mengukur apakah pernyataan dari kuesioner telah sah atau tidak. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS versi 25.0 dengan metode KMO and Bartlett's Test.

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.540
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	622.024
	df	231
	Sig.	.000

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas berikut, menunjukkan bahwa nilai KMO variabel X adalah 0.540, dimana lebih besar dari 0.5 dan juga Sig. sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Maka seluruh indikator pada variabel X yaitu motif penggunaan akun Youtube Kimbab Family dinilai telah sesuai dan mengelompok pada dimensi serta variabelnya.

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.719
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	721.510
	df	231
	Sig.	.000

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas berikut, menunjukkan bahwa nilai KMO variabel Y adalah 0.719, dimana lebih besar dari 0.5 dan Sig. sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Maka seluruh indikator pada variabel Y yaitu pemenuhan kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatan dinilai telah sesuai dan mengelompok pada dimensi serta variabelnya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Kriteria suatu instrumen akan dianggap reliabel jika menerapkan uji reliabilitas (Siregar dalam Aini & Nanda, 2019). Peneliti menggunakan metode Alpha Cronbach pada program SPSS versi 25.0 untuk menguji reliabilitas variabel penelitian ini. Data variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai Alpha > 0.7.

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	22

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.5 di atas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel X sebesar 0.947, yang mana lebih tinggi dari 0.7. Maka seluruh pernyataan pada variabel X, yakni motif penggunaan akun Youtube Kimbab Family dinilai telah reliabel.

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	22

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas di atas berikut, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel Y sebesar 0.965, yang mana lebih tinggi dari 0.7. Maka seluruh pernyataan pada variabel Y, yakni pemenuhan kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatan dinilai telah reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Kriyantono (2021), analisis data merupakan tahapan untuk memilah, mengelompokkan, dan mengurutkan data ke dalam suatu pola atau kategori agar bisa dilakukan uji hipotesis. Dalam penelitian ini, data dianalisis secara deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan nilai rata-rata dari *Gratification Sought (GS)* & *Gratification Obtained (GO)* dari total keseluruhan dimensi serta untuk setiap masing-masing dimensinya.

Analisis inferensial merujuk pada hipotesis penelitian ini yang akan diuji dengan terbagi menjadi hipotesis mayor dan hipotesis minor.

Berikut untuk hipotesis mayor dari penelitian ini:

H₀: Tidak terdapat perbedaan signifikan antara motif penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

H_a: Terdapat perbedaan signifikan antara motif penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

Berikut untuk hipotesis minor dari penelitian ini:

1. H₀: Tidak terdapat perbedaan signifikan antara motif kognitif penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan kognitif pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

H₁: Terdapat perbedaan signifikan antara motif kognitif penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan kognitif pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

2. H₀: Tidak terdapat perbedaan signifikan antara motif afektif penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan afektif pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

H₂: Terdapat perbedaan signifikan antara motif afektif penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan afektif pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

3. H₀: Tidak terdapat perbedaan signifikan antara motif integrasi personal penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan integrasi personal pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

H₃: Terdapat perbedaan signifikan antara motif integrasi personal penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan integrasi personal pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

4. H₀: Tidak terdapat perbedaan signifikan antara motif integrasi sosial penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan integrasi sosial pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

H₄: Terdapat perbedaan signifikan antara motif integrasi sosial penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan integrasi sosial pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

5. H₀: Tidak terdapat perbedaan signifikan antara motif pelepasan penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan pelepasan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

H₅: Terdapat perbedaan signifikan antara motif pelepasan penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan pelepasan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan melalui uji *paired sample t-test*. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antar dua variabel berpasangan dengan skala interval atau rasio (Nisfiannoor dalam Murwani et al., 2021).

Dasar pengambilan keputusan untuk hasil pengujian hipotesis yang diaplikasikan pada penelitian ini adalah jika Sig. (2-tailed) ≤ 0.05 , maka H₀ ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara variabel motif penggunaan akun Youtube dengan variabel pemenuhan kebutuhan pembelajaran. Sedangkan, jika Sig. (2-tailed) > 0.05 , H₀ diterima dan H_a ditolak, yang menunjukkan tidak terdapat perbedaan signifikan antara variabel motif penggunaan akun Youtube dengan variabel pemenuhan kebutuhan pembelajaran (Santoso, 2014).