

BAB III

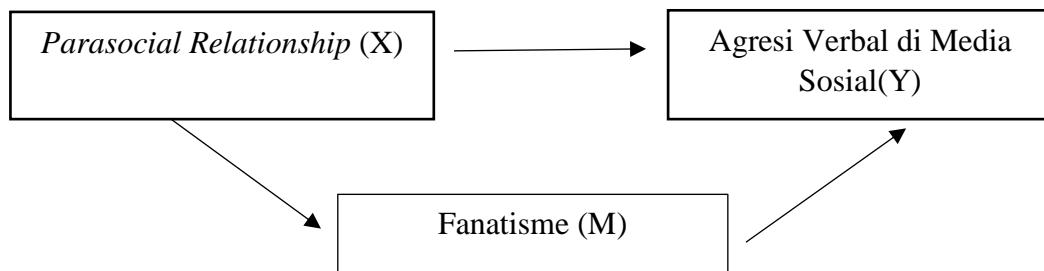
METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Hal yang dibahas diantaranya yaitu desain penelitian, partisipan penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, teknik analisis data yang digunakan dan prosedur penelitian.

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji pengaruh antara *parasocial relationship* terhadap agresi verbal di media sosial yang dimediasi oleh fanatisme. Teknik yang digunakan adalah teknik regresi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *parasocial relationship* (X) terhadap agresi verbal di media sosial (Y) yang dimediasi oleh fanatisme (M) pada fans K-Pop di kota Bandung Raya.

Bagan 3. 1 Desain Penelitian



B. Populasi, Sampel, dan Responden Penelitian

1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah fans K-pop yang bergabung dengan komunitas fandom di Bandung Raya dan di fokuskan pada komunitas fandom Army, Blinks, Bunnies, Nctzen, dan Reveluv. Namun tidak menutup untuk fandom dari komunitas lainnya yang ada di Bandung Raya.

2. Sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Menurut Creswell (2014), *accidental sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang secara tidak sengaja

bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila orang yang ditemui cocok dengan kriteria yang telah peneliti buat. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah fans K-pop di Bandung Raya. Dikarenakan jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui pasti karena banyaknya fans K-pop di Bandung Raya maka peneliti menggunakan estimasi sampel dengan rumus Lemeshow. Perhitungan dengan rumus ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P (1-P)}{e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = fokus kasus / maksimal estimasi = 0,5

e = alpha (0,05) atau sampling error 5%

Dari rumusan tersebut, peneliti menggunakan maksimal estimasi 40 % dengan taraf kesalahan 5%. Maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 \times P (1-P)}{e^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \times 0,4 (1-0,4)}{0,05^2} \\ n &= \frac{3,8416 \times 0,4 \times 0,6}{0,05^2} \\ n &= \frac{0,9277}{0,05^2} \\ n &= 371,08 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tersebut dapat diketahui n= 371,08 atau dibulatkan menjadi 372 orang, maka dapat disimpulkan pada penelitian ini peneliti membutuhkan sekurang-kurangnya 372 orang yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian.

3. Responden

Responden penelitian yang didapat adalah sebanyak 372 orang.

C. Data Demografis Responden Penelitian

Tabel 3. 1 Data Demografis Responden

Data Responden		Frekuensi	Persentase
Status Pekerjaan	Pelajar	295	79,3%
	Pekerja	72	19,4%
	Belum Bekerja	5	1,3%
Total		372	100%
Fandom Yang Di Ikuti	Army	86	23,1%
	Bunnies	35	9,4%
	Nctzen	83	22,3%
	Reveluv	39	10,5%
	Blinks	79	21,2%
	Carats	17	4,6%
	EXO-L	9	2,4%
	Once	14	3,8%
	Roady	2	0,5%
	Day6	2	0,5%
	Monstiez	2	0,5%
	Stay	1	0,3%
	Aoa	1	0,3%
	Shawol	1	0,3%
	VIP	1	0,3%
Total		372	100%

Berdasarkan 3.1 diketahui bahwa status perkerjaan responden terbagi menjadi 3 kategori, pada kategori pelajar sebanyak 295 responden (79,3%), pekerja sebanyak 72 responden (19,4%), dan belum bekerja sebanyak 5 responden (1,3%). Pada fandom yang di ikuti peneliti memfokuskan pada 5 fandom diantaranya, Army sebanyak 86 responden (23,1%), Bunnies sebanyak 35 responden (9,4%), Nctzen sebanyak 83 responden (22,3%), Reveluv sebanyak 39 responden (10,5%), dan Blinks sebanyak 79 responden (21,2%). Ada juga responden yang mengisi fandom diluar yang difokuskan oleh peneliti sebanyak 50 responden (13,5%), dari 50 responden yang ada, terdapat dua fandom yang memiliki frekuensi cukup banyak dibanding yang lainnya yaitu, Carats sebanyak 17 responden (4,6%) dan Once sebanyak 14 responden (3,8%).

D. Variabel Penelitian

Terdapat tiga variabel yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

Variabel bebas/independen (X) : *Parasocial relationship*

Variabel terikat/dependen (Y) : Perilaku agresi verbal di media sosial

Variabel mediasi (Z) : Fanatisme

E. Definisi Operasional Variabel

1. Fanatisme

Sikap atau perilaku yang ditandai oleh kegigihan yang tidak rasional dalam mendukung atau mempertahankan suatu keyakinan, ideologi, atau tujuan tertentu.

2. Agresi Verbal di Media Sosial

Penggunaan kata-kata atau bahasa yang menyerang, menghina, atau merendahkan seseorang atau sekelompok orang secara langsung atau tidak langsung melalui platform media sosial. Ini dapat mencakup penggunaan kata-kata kasar, penghinaan pribadi, ancaman, pelecehan, atau pernyataan yang bernada merendahkan yang ditujukan kepada individu atau kelompok.

3. *Parasocial Relationship*

Hubungan yang terbentuk antara individu dengan tokoh media atau selebritas yang mereka konsumsi secara rutin melalui media massa, seperti televisi, media sosial, atau platform online lainnya. Hubungan ini bersifat satu arah, di mana individu mengembangkan perasaan terikat atau dekat dengan tokoh media, meskipun tokoh tersebut tidak memiliki interaksi langsung atau personal dengan individu tersebut.

F. Instrumen Penelitian

1. Instrumen *Parasocial Relationship*

a. Identitas Instrumen *Parasocial Relationship*

Alat ukur yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan alat ukur dari Tukachinsky (2010) yang telah diadaptasi oleh Dean P.S (2023) terdiri dari 24 item berdasarkan empat dimensi yaitu *Parasocial friendship-communication*, *Parasocial friendship-support*,

Parasocial love-physical attraction, dan Parasocial love-emotional response.

b. Penyekoran Instrumen *Parasocial Relationship*

Penyekoran *instrument parasocial relationship* akan menggunakan skala likert 1-5 dengan 5 jawaban, yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Netral (N), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS). Skor untuk item *favorable* adalah 1 (Sangat Tidak Sesuai), 2 (Tidak Sesuai), 3 (Netral), 4 (Sesuai), 5 (Sangat Sesuai).

Tabel 3. 2 Penyekoran Instrumen *Parasocial Relationship*

Jenis Item	Skala Pilihan Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
<i>Favorable</i>	1	2	3	4	5

c. Kisi-Kisi Instrumen *Parasocial Relationship*

Adapun kisi-kisi instrumen *parasocial relationship*, seperti tabel di bawah ini:

Tabel 3. 3 Blue Print Skala *Parasocial Relationship*

Dimensi	Favorable	Jumlah
Parasocial Frienship-Communication	1, 2, 3, 4, 5, 6	6
Parasocial Friendship-support	7, 8, 9, 10	4
Parasocial love-physical attraction	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	7
Parasocial love-emotional	18, 19, 20, 21, 22, 23, 24	7
Total		24

Instrumen dari *parasocial relationship* ini memiliki validitas isi yang baik serta memiliki koefisien reliabilitas alpha cronbach's sebesar 0,86.

2. Instrumen Agresi Verbal di Media Sosial

a. Identitas Instrumen Agresi Verbal di Media Sosial

Alat ukur yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan *Cyber-Aggression Typology QuestionI* (CATQ) yang dibuat oleh Runions,

Bak, & Shaw, (2016) yang tediri dari 29 item berdasarkan empat dimensi milik Howard (2011) yaitu *impulsive-aversive*, *controlled-aversive*, *controlled-appetitive*, dan *impulsive-appetitive*.

b. Penyekoran Instrumen Agresi Verbal di Media Sosial

Penyekoran instrumen agresi verbal ini menggunakan skala likert 1-4 dengan 4 jawaban, yaitu 1 = Sangat Bukan Diri Saya, 2 = Bukan Diri Saya, 3 = Diri Saya, 4 = Sangat Diri Saya.

Tabel 3. 4 Penyekoran Instrumen Agresi Verbal di Media Sosial

Jenis Item	Skala Pilihan Jawaban			
	SBDS	BDS	DS	SDS
<i>Favorable</i>	1	2	3	4
<i>Unfavorable</i>	4	3	2	1

c. Kisi-Kisi Instrumen Agresi Verbal di Media Sosial

Adapun kisi-kisi instrumen agresi verbal di media sosial, seperti tabel di bawah ini:

Tabel 3. 5 Blueprint Instrumen Agresi Verbal di Media Sosial

Dimensi	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
<i>Impulsive-Aversive</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 12	7,11	12
<i>Controlled-Aversive</i>	13, 14, 15, 16, 17, 18	-	6
<i>Controlled-Appetitive</i>	19, 20, 21, 22, 23, 24	-	6
<i>Impulsive-Appetitive</i>	25, 26, 27, 28, 29	-	5
Total			29

Instrumen agresi verbal di media sosial ini memiliki validitas isi yang baik dan memiliki koefisien alpa cronbach's sebesar 0,87.

3. Instrumen Fanatisme

a. Identitas Instrumen Fanatisme

Alat ukur yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan aspek dari Eliani J (2018) yaitu rasa antusian yang ekstrim, keterikatan emosi dan rasa cinta, berlangsung dengan waktu yang lama, menganggap hal yang mereka yakini adalah hal yang benar, serta membela dan mempertahankan

kebenaran yang mereka yakini. Dari kelima aspek tersebut dikembangkan menjadi skala fanatisme oleh Watiningsih E.D (2020) dengan reliabilitas diatas 0,6 dan terdiri dari 19 item.

b. Penyekoran Instrumen Fanatisme

Penyekoran instrument Fanatisme akan menggunakan skala likert 1-4 dengan 4 jawaban, yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS). Skor untuk item *favorable* adalah 1 (Sangat Tidak Sesuai), 2 (Tidak Sesuai), 3 (Sesuai), 4 (Sangat Sesuai).

Tabel 3. 6 Penyekoran Instrumen Fanatisme

Jenis Item	Skala Pilihan Jawaban			
	STS	TS	S	SS
<i>Favorable</i>	1	2	3	4
<i>Unfavorable</i>	4	3	2	1

c. Kisi-Kisi Instrumen Fanatisme

Adapun kisi-kisi instrumen fanatisme, seperti tabel di bawah ini:

Tabel 3. 7. Blue Print Skala Fanatisme

Dimensi	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Rasa antusias yang ekstrim	2, 3, 4	1, 5, 6	6
Keterikatan emosi dan rasa cinta	7	-	1
Berlangsung dalam waktu lama	8, 9	10	3
Menganggap hal yang mereka yakini adalah hal yang benar	-	11, 12, 13	3
Membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini	15, 16, 18	14, 17, 19	6
Jumlah			19

Dari keseluruhan 19 item, item 1,2,5,7,10,13,14,17, dan 19 tidak memenuhi kriteria dan tidak layak untuk digunakan. Namun karena item no 7 merupakan satu-satu nya item untuk perwakilan dimensi “keterikatan dalam waktu lama” sehingga masih digunakan oleh peneliti.

G. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara daring menggunakan *google form*. Penyebarluasan kuesioner dilakukan dengan menyebarkan tautan untuk mengarahkan responden kepada kuesioner dalam bentuk *google form* yang terdiri dari instruksi pengisian dan ketiga instrumen penelitian yang disebarluaskan melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, Line, dan WhatsApp.

H. Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi statistik IBM SPSS 26 dengan analisis statistik parametrik. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi dengan jenis regresi linear sederhana dan berganda. Peneliti menggunakan dua metode analisis mediasi yaitu *casual step* oleh Baron & Kenny (1986) untuk menguji adanya proses mediasi dan *Sobel Test* untuk menguji signifikansi mediasi.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tes normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan aplikasi SPSS. Dalam metode Kolmogorov-Smirnov, suatu data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya > 0.05 . Sebaliknya, suatu data dinyatakan tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya < 0.05 . Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan unstandardized residu dari regresi berganda variabel X, M, dan variabel Y.

Gambar 3. 1 Hasil Uji Normalitas *Parasocial Relationship* dengan Fanatisme**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
	N	372
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.87947600
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.064
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 3. 2 Hasil Uji Normalitas Fanatisme dengan Agresi Verbal di Media Sosial**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
	N	372
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	13.57999681
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.118
	Negative	-.088
Test Statistic		.118
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 3. 3 Hasil Uji Normalitas *Parasocial Relationship* dengan Agresi Verbal di Media Sosial

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		372
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	13.80636164
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.064
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

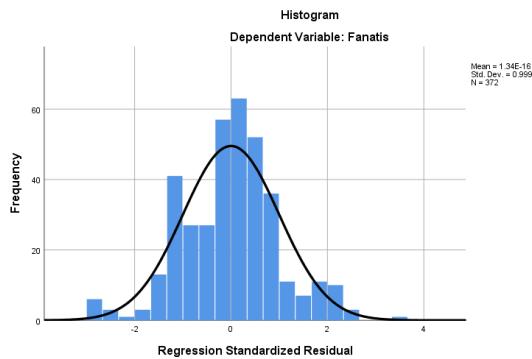
c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 3. 4 Hasil Uji Normalitas *Parasocial Relationship* dan Fanatismen terhadap Agresi Verbal di Media Sosial

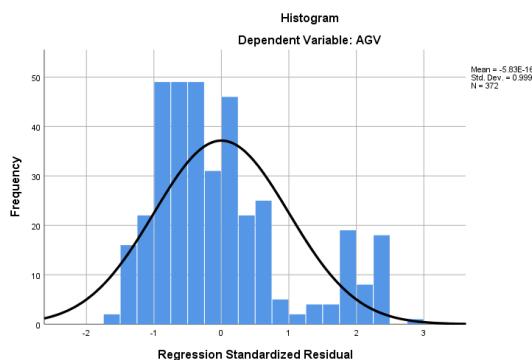
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		372
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	11.67980388
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.123
	Negative	-.074
Test Statistic		.123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

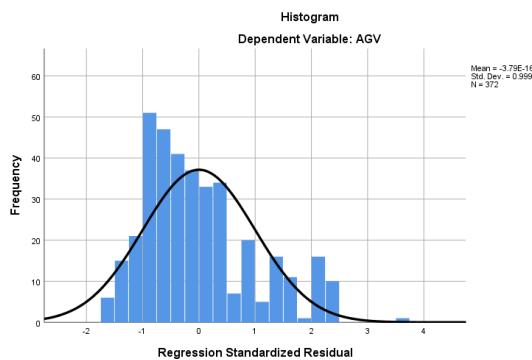
Gambar 3.5 Histogram Uji Normalitas *Parasocial Relationship* dengan Fanatisme



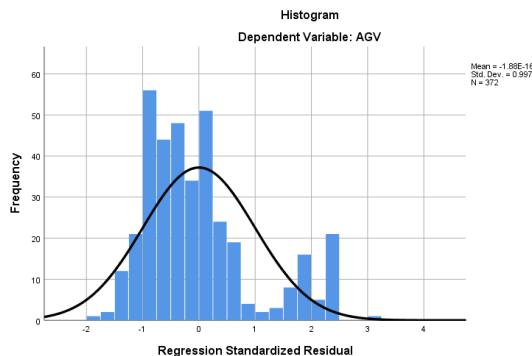
Gambar 3.6 Histogram Uji Normalitas Fanatisme dengan Agresi Verbal di Media Sosial



Gambar 3.7 Histogram Uji Normalitas *Parasocial Relationship* dengan Agresi Verbal di Media Sosial



Gambar 3.8 Histogram Uji Normalitas *Parasocial Relationship* dan Fanatisme terhadap Agresi Verbal di Media Sosial



Berdasarkan gambar 3.1 – 3.4 diketahui bahwa nilai signifikansi data yang sudah di hitung adalah 0,0. Ini dapat diartikan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdistribusi secara normal, namun dengan menggunakan metode visual pada gambar 3.5 – 3.8 sebaran data ini memiliki kurva normal. Hasil kurva dibuat berdasarkan nilai *unstandardized* residu regresi variabel x, z, dan y. Berdasarkan hal tersebut maka data dalam penelitian ini disimpulkan memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independent yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam satu model regresi. Dalam menguji multikolinearitas data penelitian ini menggunakan asumsi nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Suatu data dikatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai VIF lebih kecil dari (<) 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari (>) dari 0,1. Sebaliknya suatu data akan dikatakan multikolinearitas apabila nilai VIF lebih besar dari (>)10 dan nilai *tolerance* lebih kecil dari (<)0,1.

Gambar 3.9 Nilai VIF dan *Tolerance*

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.994	1.006
.994	1.006

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF sebesar 1.006 dan nilai *tolerance* sebesar 0,994. Hal ini sejalan dengan nilai VIF lebih kecil dari (<) 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari (>) 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas atau dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat inkolerasi atau hubungan yang kuat antara variabel *parasocial relationship* dan *fanatisme*.