

## BAB II

### KERANGKA TEORI, METODOLOGI DAN HIPOTESIS

#### 2.1. Kerangka Teori

##### 2.1.1 Fanatisme

###### 2.1.1.1 Pengertian *Fanatisme*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *fanatisme* diartikan suatu keyakinan kuat yang bertentangan dengan ajaran budaya, agama, politik, dan lainnya. Sedangkan *fanatisme*, menurut (Hidayati & Indriana, 2022) adalah keyakinan yang mendalam pada fakta, idealisme, prinsip, dan pandangan yang dipegang. *Fanatisme* menurut (Rinata & Dew, 2019) adalah sikap yang sangat antusias terhadap satu sudut pandang atau satu penyebab. Istilah *fanatisme*, menurut EYD, berakhiran –isme, yang menunjukkan pemahaman. *Fanatisme* berbeda dari *fanatisme*; *fanatisme* adalah atribut kepribadian yang berkembang ketika seseorang berpegang teguh pada *fanatisme (fanatisme)*, dengan *fanatisme* sebagai sebab dan akibat.

Fanatisme didefinisikan oleh (Chaplin, 2005) sebagai komitmen luar biasa individu terhadap sesuatu, termasuk cinta, kedekatan, dan pengabdian yang luar biasa. Objek termasuk merek, barang, orang, acara televisi, dan bentuk konsumsi lainnya. Mereka yang menganggap diri mereka atau organisasi mereka sebagai fanatik lebih cenderung berpegang teguh pada keyakinan mereka. Mereka yakin bahwa mereka benar dan mengabaikan data atau argumentasi yang bertentangan dengan keyakinan mereka. Menurut (Melian, Repelita, & Rahmatiani, 2021) mengatakan bahwa fanatisme adalah ungkapan yang digunakan untuk menggambarkan keyakinan atau sudut

pandang yang kuat tentang sesuatu yang menguntungkan atau negatif yang tidak memiliki landasan teoretis atau realitas dan lebih sulit untuk dikoreksi atau diubah.

Dalam hal ini fanatisme seringkali tidak logis, alasan rasional bisa sulit digunakan untuk menghilangkannya. Fanatisme adalah sikap dan perasaan yang mempengaruhi kemampuan seseorang untuk, (1) melakukan, mengambil, atau memberikan sesuatu. (2) Mempertimbangkan dan mengambil keputusan. (3) mengenali dan memahami sesuatu (4) Mengalami sesuatu. Menurut (Erlyani & Dwi, 2020) fanatisme adalah suatu kepercayaan atau pengetahuan yang dimiliki kelompok yang tidak dapat ditantang keyakinannya.

Menurut Hidayati & Indriana, (2022) mendefinisikan fanatisme sebagai seseorang yang memiliki keinginan atau minat yang kuat pada tren, orang, kelompok, ide, atau karya seni yang menampilkan perilaku ekstrem yang dianggap orang lain sebagai disfungsional dan melanggar konvensi masyarakat. Fanatisme olahraga, menurut Nafeesa & Novita, (2021) terdapat di seluruh dunia dan bentuknya bermacam-macam. Banyak orang telah mengidentifikasi olahraga dengan diri mereka yang mereka mainkan di masa lalu, juga beberapa yang mengidentifikasikan olahraga yang mereka tonton dengan diri mereka.

### **2.1.1.2 Aspek-Aspek *Fanatisme***

Aspek-aspek *fanatisme*, menurut (Rinata & Dew, 2019) adalah :

#### **1. Intensitas**

KBBI mendefinisikan intensitas sebagai "keadaan tingkat atau ukuran

intensitas." Dalam contoh ini, intensitas mengacu pada sikap yang jelas terhadap sesuatu yang dilakukan, seperti kegembiraan, antusiasme, dan kemarahan, yang jelas diledakan emosi yang diarahkan pada hal-hal yang disukainya. Secara lebih spesifik (Nafeesa & Novita, 2021) menunjukkan bahwa penggemar atau fans lebih intens dan mencurahkan sebagian (hidup) mereka untuk tim atau olahraga yang mereka gemari. Menurut (Sihombing, 2018) mencatat bahwa salah satu bentuk intensitas adalah ketika penggemar benar-benar menginginkan klub sepak bola favoritnya sukses, dan mereka bersedia menunjukkan dukungannya dengan menghadiri pertandingan secara langsung.

## 2. Nilai dan sikap

Menurut (Khairunnisa, 2019) mendefinisikan sikap sebagai kecenderungan untuk bereaksi secara positif, negatif, atau netral terhadap suatu hal atau sekelompok objek. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa sikap kelompok cenderung dipertahankan dan jarang bergeser, bahkan ketika mereka relatif menetap. Dalam konteks *fanatisme*, nilai dan sikap menyiratkan bahwa individu menghargai apa yang mereka anut melebihi apa yang orang lain nilai dalam masyarakat. Sebagai contoh *fanatisme* seseorang mempengaruhi perilakunya dalam menunjukkan *fanatismenya*, baik yang bersifat produktif maupun yang merugikan. Mereka menganggap apapun yang berkaitan dengan klub PSS Sleman, seperti pemain, atau sifat yang memiliki nilai lebih tinggi dari pemain, atau atribut klub lainnya, seperti penggemar olahraga.

### 3. Komitmen

Lebih banyak keterikatan atau persetujuan untuk bertindak dalam sebuah aksi disebut sebagai komitmen. Komitmen melampaui dan melampaui untuk mewujudkannya. Lebih lanjut mengenai *fanatisme* menekankan bahwa komitmen adalah keputusan konsensual yang memungkinkan orang untuk memberikan tenaga dan pikiran tanpa ragu-ragu. Teman, uang, pekerjaan, dan keluarga terkadang menjadi korban dalam apa yang diyakini atau dianut seseorang.

#### 2.1.2 Budaya Populer atau Popular Culture

##### 2.1.2.1 Pengertian Budaya

Budaya berasal dari bahasa Sansekerta, khususnya buddhayah, versi jamak dari buddhi (akal atau akal). dan mengacu pada akal manusia dan akal budi. Dalam bahasa Inggris, *culture* berasal dari kata latin colere yang berarti menghasilkan atau tenaga kerja. Ini juga bisa berarti "untuk mengolah tanah" atau "untuk bertani" (Henslin, 2011). Dalam bahasa Indonesia, kata budaya kadang-kadang disepakati untuk diterjemahkan sebagai "budaya" (Ardis, Khumas, & Nurdin, 2021).

Fungsi kebudayaan adalah untuk mengatur dan memperkuat tindakan dan perilaku manusia. Ini tentang perilaku manusia dalam contoh ini, di mana budaya atau budaya memberi arti pada kegiatan manusia. Akibatnya, budaya berdampak pada sikap manusia karena diserap ke dalam kegiatan sehari-hari. Clyde Kluckhohn dan William Henderson Kelly mendefinisikan budaya sebagai "semua desain kehidupan yang diciptakan secara historis, baik eksplisit maupun

implisit, rasional, irasional, dan non-rasional, yang ada pada waktu tertentu sebagai panduan potensial dalam perilaku manusia (Hakimah & Syah, 2022).

Tujuan budaya adalah untuk mengatur dan memperkuat perilaku dan perilaku manusia. Tren hallyu adalah produk budaya yang dihasilkan dari perubahan daya cipta dan selera orang Korea. Lebra mendefinisikan budaya sebagai kumpulan simbol abstrak, generik, atau ideasional, sedangkan perilaku adalah kumpulan makhluk yang kuat, berbeda, dan dapat diamati. Perilaku adalah manifestasi budaya dalam skenario ini, atau budaya memberi makna pada aktivitas manusia. Karena budaya melingkupi kehidupan sehari-hari, hal itu berdampak pada perilaku pembelian. Budaya berdampak pada cara kita memperoleh dan memanfaatkan barang, serta kepuasan kita terhadapnya (Haviland, 2012).

#### **2.1.2.2 Unsur-unsur Budaya**

Menurut Melian, dkk (2021) mereka mendefinisikan budaya global sebagai tujuh aspek budaya. Menurutnya, Istilah universal mengacu pada fitur budaya yang bersifat global dan dapat dilihat dalam peradaban dari seluruh dunia. Berikut ketujuh unsur tersebut:

1. Mengikuti tuntutan fisik manusia, seni membutuhkan sesuatu untuk menjawab keinginan psikologis mereka, sehingga menghasilkan seni yang dapat menyenangkan. Dalam peradaban manusia, unsur seni lebih menitikberatkan pada keterampilan dan tata cara menciptakan benda seni.
2. Sistem teknologi dan peralatan, Sistem ini muncul sebagai hasil

dari kemampuan manusia untuk mengembangkan benda dan benda baru agar sesuai dengan tuntutan kehidupan dan membedakan manusia dari spesies lain.

3. Sistem Organisasi Masyarakat, Sistem ini muncul dari pengetahuan manusia meskipun terbentuk menjadi ciptaan yang sempurna, tapi tetap menyimpan kekurangan dan kelebihan, menciptakan perasaan menata dan mengatur masyarakat.
4. Bahasa, dimulai dengan kode dan menuliskannya sehingga dapat diucapkan untuk memudahkan kontak manusia. Deskripsi ini, menurut Koentjaraningrat, adalah tentang aspek paling penting dari bahasa yang digunakan oleh kelompok etnis yang bersangkutan, serta varian bahasanya sendiri.
5. Sistem mata pencaharian hidup dan sistem ekonomi, Koentjaraningrat menyelidiki bagaimana mata pencaharian atau sistem ekonomi suatu kelompok masyarakat sesuai dengan tuntutan mereka. Sistem ekonomi budaya tradisional meliputi berburu, bertani, beternak, dan memancing.
6. Sistem Pengetahuan, Metode ini diciptakan dikarenakan manusia dengan banyak ide dan konsep yang mereka susun serta terapkan dalam kehidupan sehari-hari.
7. Sistem religi, Metode ini diciptakan karena manusia memiliki banyak otak dan konsep yang mereka susun dan terapkan dalam kehidupan sehari-hari.

### 2.1.3 Pengertian Budaya Populer atau Popular Culture

Budaya pop (*populer culture*) adalah unsur budaya yang muncul dari masyarakat, menurut etimologinya diambil dari bahasa Spanyol dan Portugis. Budaya populer, dari sudut pandang bahasa dan budaya Latin, terutama berkaitan dengan keberadaan ide-ide tentang evolusi budaya yang muncul dari kreativitas orang-orang biasa dalam masyarakat. Budaya populer adalah yang lahir dari media. Dengan kata lain, jika media dapat menciptakan suatu bentuk budaya, maka akan diserap oleh publik dan mengubahnya menjadi suatu bentuk budaya Khairil, dkk (2019).

Popularitas yang kita bicarakan di sini terkait erat dengan perilaku konsumen dan sikap media terhadap populasi umum sebagai pelanggan. Kebudayaan rakyat yang terlokalisasi dan dibina oleh masyarakat disebut sebagai kebudayaan populer. Williams membagi istilah "populer" menjadi empat kategori: hal-hal yang disukai banyak orang, pekerjaan tingkat rendah, upaya yang dilakukan untuk memuaskan orang lain, dan budaya yang diciptakan oleh orang-orang untuk diri mereka sendiri. Kemauan media (dengan pandangan dunia kapitalis) dan kebiasaan konsumsi masyarakat memunculkan dan menopang budaya populer.

Dalam mempopulerkan sebuah produk budaya, media berfungsi sebagai penyebar informasi dan pembentuk opini publik, yang akhirnya menjelma menjadi satu kesamaan pandangan dan cita rasa. Kesimpulannya, apapun yang dihasilkan oleh sebuah media akan diakui oleh publik sebagai sebuah nilai, dalam konteks ini sebuah nilai budaya. Menurut Sihombing (2018), budaya pop setuju untuk diasosiasikan dengan

bisnis hiburan, yang terutama berorientasi pada keuntungan. Budaya pop sulit diapresiasi oleh akademisi. Akibatnya, budaya pop telah menerima julukan 'budaya massa'. Istilah "mengacu pada budaya yang diberhentikan.

Konsumsi budaya populer oleh orang-orang biasa telah lama menjadi sumber perhatian 'orang lain', apakah mereka pemimpin politik, intelektual, atau reformis moral dan sosial. 'Orang lain' ini sependapat jika orang-orang biasa harus dihadapkan pada sesuatu yang lebih tercerahkan atau berharga daripada budaya populer. Berdasarkan yang terjadi di sekitar kita sehari-hari lebih cocok disebut sebagai budaya pop. Popularitas yang kita bicarakan di sini tidak dapat dipisahkan dari sikap konsumen dan komitmen media massa kepada publik dalam arti konsumen.

Banyak orang menghargai budaya populer, yang juga dikenal sebagai budaya pop. Budaya pop sangat diminati sebagai ciri budaya. Ada banyak penggemar budaya pop, dan juga banyak yang menghargai budaya tradisional atau budaya terhormat yang telah tertanam dalam masyarakat sejak lama. Menjamurnya budaya pop memiliki pengaruh yang signifikan baik terhadap perubahan perilaku masyarakat maupun tingkat konsumsi sebagai akibat dari peningkatannya. Dalam skenario ini, budaya populer yang disukai beberapa orang adalah budaya populer Korea. Karena kekhasan budaya populer Korea, merupakan salah satu budaya dengan tingkat minat publik yang tinggi, yang didukung oleh kolaborasi banyak pihak dalam negeri dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah penggemar produk atau layanan mereka.

Salah satu perbedaan ini dapat diperhatikan dalam drama televisi



Korea, yang terkait dengan topik yang sangat penting dan pesannya sangat mendalam dan jelas, membuat penonton tidak hanya menonton film dengan cerita yang dramatis, tetapi juga membangkitkan rasa penasaran untuk menonton serial drama tersebut lebih lanjut. . lebih lanjut dan tertarik untuk mempelajari lebih jauh tentang budaya Korea Tentu saja hal ini menunjukkan betapa kuatnya budaya populer Korea dalam mempengaruhi perilaku masyarakat di Indonesia (Khairunnisa, 2019).

### **2.1.3.1 Pengertian Media**

Radio, surat kabar, televisi, radio, poster, film dan spanduk adalah contoh media yang berperan sebagai perantara atau penghubung antara dua pihak. Yang dimaksud dengan "media" secara umum adalah penyebaran informasi, antara lain terdiri antara lain saluran komunikasi pers, media penyiaran atau penyiaran, teater, dan telekomunikasi untuk membantu pengangkutan produk dan jasa. Media, yang secara kasar didefinisikan sebagai saluran atau perantara dalam penyampaian informasi atau informasi, memainkan peran penting dalam produksi budaya populer, sebagaimana dinyatakan dalam definisi sebelumnya sebagai budaya yang lahir dari kehendak media. Tentu saja, media memiliki kekuatan dan pengaruh yang sangat besar dalam membentuk opini publik dan masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Ardis, Khumas, & Nurdin, (2021) bahwa media “melindungi atau mengemukakan kepentingan orang-orang yang memiliki kekuasaan ekonomi atau politik yang lebih besar dari masyarakat mereka sendiri”.

### 2.1.3.2 Hubungan antara Media dan Budaya Populer

Media memainkan peran penting pada penciptaan budaya baru atau berfungsi sebagai media yang efektif untuk menyampaikan informasi dalam berbagai bentuk apa pun. Misalnya, di dunia sekarang ini, ketika sesuatu dibicarakan secara luas, media langsung menjadi saluran untuk menyebarkan informasi. Ketika media mengambil alih distribusi informasi, peluang untuk menjangkau banyak orang sangat tinggi (Hakimah & Syah, 2022).

Budaya dan media memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Dalam skenario ini, budaya dapat digambarkan sebagai efek media. Selanjutnya, dalam konteks budaya dan media, dapat dikatakan sebagai cara hidup yang diproduksi dan dipegang oleh komunitas secara turun-temurun. Media merupakan kontributor terpenting bagi perkembangan dan perubahan masyarakat, salah satunya adalah budaya. Dalam situasi ini, media telah mengambil peran sebagai produsen budaya massa, yang juga dikenal sebagai budaya populer (Khairil, Yusaputra, & Nikmatusholeha, 2019).

Sedangkan budaya populer, seperti halnya media, dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan keuntungan, yang mencari cara baru untuk meningkatkan pendapatannya. Ketika suatu produk dimakan secara luas oleh masyarakat umum, bertahap menjadi lebih akrab dan terlihat oleh publik. Media memiliki potensi luar biasa untuk mengubah sesuatu menjadi budaya baru, bahkan budaya populer (Sihombing, 2018).

## 2.1.4 Budaya Korea

### 2.1.4.1 K-pop Music dan *Boyband* *Girlband*

Korea Berbicara tentang K-Music atau *Boyband* dan *Girlband*

Korea Selatan, tidak ada seorang pun di Indonesia yang dapat mengatakan bahwa mereka tidak ingin tahu sedikit tentang mereka. Entah mengenal anggota *Boyband* dan *Girlband* maupun lagu-lagunya, hampir setiap orang Indonesia pasti pernah mendengar dan meninjau produk industri dari Negeri Ginseng tersebut. Semuanya dimulai pada tahun 2011, ketika K-Music mulai tumbuh di seluruh Eropa dan Asia. Popularitas musik dan band Korea meningkat dengan cepat, menjadikan barang-barang industri ini sebagai salah satu kontributor terpenting bagi perkembangan ekonomi Korea Selatan. Musik dan lagu Korea Selatan terdengar lebih modis dan sangat mudah diserap dan diingat oleh berbagai kalangan, terutama remaja. Ekspansi bisnis musik Korea yang cukup pesat bahkan sudah mendunia, membuat lagu-lagu Korea semakin nyaman untuk didengarkan dimanapun dibawakan.

### 2.1.4.2 Kuliner atau Makanan Khas Korea

Masakan Korea Selatan menjadi lebih terkenal di seluruh dunia berkat popularitas serial drama Korea. Dimulai dengan makanan tradisional hingga makanan instan yang muncul di mana saja dan apapun genre drama Korea yang sekarang ditampilkan, merupakan kontribusi paling signifikan terhadap semakin populernya makanan dari negara penghasil Ginseng tersebut. Kimchi, makanan lezat yang dihasilkan dari

fermentasi sayuran dengan tambahan bumbu khas Korea, merupakan salah satu gambaran nyata popularitas makanan Korea Selatan yang sangat terkenal di Indonesia saat ini, dan selain itu juga ada makanan khas yang begitu terkenal hingga banyak sajian instan dari kuliner yang satu ini di Indonesia yaitu Toppoki, Kedua makanan ini banyak tersedia di Indonesia. Selain makanan tradisional Korea Selatan, produk kuliner Korea lainnya seperti mie instan, yang dikenal sebagai Ramyeon, dan corndog, sejenis makanan ringan yang disiapkan dengan keju dan sosis yang dilapisi tepung, juga populer di beragam masakan Korea Selatan. itu sangat populer

#### **2.1.4.3 Fashion Korea**

Fashion merupakan aspek penting dari budaya masa kini yang sudah menjadi kebutuhan, apalagi di tengah zaman yang semakin canggih dan berkembang. Fashion nampaknya menjadi pertimbangan wajib demi menjaga penampilan seseorang. Berbagai gaya busana global mulai populer di kalangan anak muda, khususnya di Indonesia. Fashion Korea Selatan adalah salah satu tren fashion yang paling menonjol di kalangan anak muda saat ini. Hal itu bisa dilihat dari penampilan anak muda masa kini yang semakin banyak meniru artis Korea. Idola K-pop, yang popularitasnya telah meluas ke seluruh dunia, menghadirkan banyak elemen lingkungan industri modern Korea. Fashion Korea menjadi lebih populer setiap tahun sebagai akibat dari pengenalan gaya yang muncul saat ini dan bebas. Remaja di berbagai wilayah dunia terus mengikuti evolusi fashion dari tahun ke tahun. Bahkan ketika seorang bintang Korea Selatan

memakai sandal jepit yang juga tersedia di Indonesia, popularitas produk tersebut tumbuh dan kemudian menyebar luas di media sosial dan bahkan di kalangan remaja.

## 2.2 Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagaian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Mustahliyatul Hakimah dan Ahmad Maujuhan Syah (2022) yang berjudul "*Dampak K-Pop Terhadap Perilaku Fanatisme Pada Remaja Masa Akhir Di Era Globalisasi Di Desa SumurberPanceng Gresik (2022)*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subjek memiliki dampak k-pop yang dirasakan oleh setiap subjek ada yang sama dan ada yang berbeda dan telah memalui sikap perilaku yang sama dan berbeda sesuai dengan intensitas, nilai dan sikap, komitmen masing-masing subjek
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nafeesa dan Eryanti Novita (2022) yang

berjudul “*Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop*”. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif, dimana prosedur yang digunakan dalam penelitian ini adalah model korelasional. Menurut temuan analisis data, responden dalam penelitian ini menunjukkan kontrol diri yang buruk saat menanggapi rangsangan. Stimulus yang dimaksud adalah barang-barang Korea, yang seharusnya benar-benar menarik minat responden untuk membelinya, mengingat responden penelitian ini adalah anggota grup Kyeopta Kpopshop Medan di Line dan media sosial Whatsapp, menunjukkan bahwa mereka jelas menikmati cara hidup orang Korea. Sehingga, mereka memiliki sikap pembelian impulsif terhadap barang-barang buatan Korea.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Widdy Assa Melian, Tridays Repelita dan Lusiana Rahmatiani (2021) yang berjudul “*Pengaruh Idola Musik K-Pop (Korean – Pop) Terhadap Perubahan Karakter Remaja di SMAN 5 Karawang*”. Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif yang diistilahkan dengan penelitian ilmiah yang menekan kepada angka – angka. Temuan penelitian ini menawarkan garis besar perubahan yang dialami anak muda yang menyukai musik K-Pop (Korean Pop). Kecintaan dan fanatisme yang berlebihan dari para penggemar yang mengidolakan selebriti K-Pop menyebabkan mereka mengalami metamorfosis kepribadian atau modifikasi karakter.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khairil, Muhammad Isa

Yusaputra dan Nikmatusholeha (2019) yang berjudul “*Efek Ketergantungan Remaja K-Popers terhadap Media Sosial di Kota Palu (2019)*”. Penelitian dilakukan dengan metode eksplanatif kuantitatif dengan berdasar pada survey pada 71 siswa kelas 10 SMA Negeri Model Terpadu Madani Palu. Temuan mengungkapkan bahwa teori tersebut dievaluasi dalam demografi ini, dengan 77,1 persen pengaruh frekuensi, panjang, dan perhatian dalam memperoleh materi K-Pop terhadap tingkat ketergantungan penggunaan media sosial remaja di Kota Palu. Ketergantungan remaja pada media sosial dipengaruhi oleh akses mereka terhadap konten K-Pop. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyarankan kebijakan baru tentang pendekatan pendidikan terkait penggunaan media sosial di Kota Palu agar masyarakat lebih selektif dan mampu mengontrol penggunaan media sosial mereka.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Noor Hidayati dan Yeniar Indriana (2022) yang berjudul “*Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar Kpop Di Semarang*”. Penelitian dilakukan dengan metode eksplanatif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang substansial antara *Fanatisme* dan Perilaku Konsumtif pada remaja penggemar Kpop di Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengabdian para pendukungnya, semakin besar pula perilaku konsumsinya.

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Dari kerangka teori, penelitian relevan, serta kerangka pikir sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho : Tidak terdapat pengaruh *fanatisme* idol K-Pop terhadap perubahan perilaku mahasiswa Bahasa Korea Universitas Nasional Angkatan 2018

Ha : Terdapat pengaruh *fanatisme* idol K-Pop terhadap perubahan perilaku mahasiswa Bahasa Korea Universitas Nasional Angkatan 2018

### 2.4 Metodologi Penelitian

#### 2.4.1 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu Program Studi Bahasa Korea Fakultas Bahasa Dan Sastra Universitas Nasional Jakarta, Jl. Sawo Manila, RT.14/RW.3, Ps. Minggu, Kec. Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12520

#### 2.4.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama 4 bulan. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada April sampai dengan Agustus 2022. Penelitian ini dilakukan mulai dari pengamatan awal hingga pengumpulan data primer maupun data sekunder. Kegiatan penelitian ini disajikan pada

Tabel 2.2

Tabel 2. 1 Waktu Penelitian

Kegiatan	Tahun 2022																			
	April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Persiapan																				
Penelitian																				



Pembuatan Jadwal																				
Pengumpulan Data																				
Pengolahan Data																				
Analisa Data																				
Penyusunan Data																				
Sidang Skripsi																				

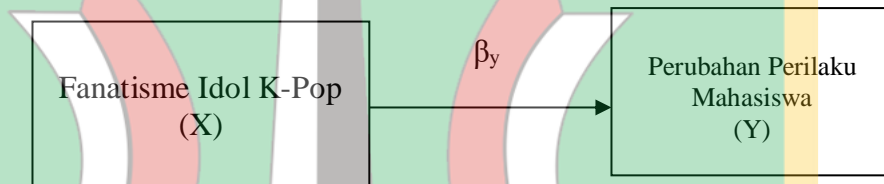
### 2.4.3 Metode Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan penelitian survei dengan metodologi regresi linier sederhana dalam penelitian ini. Tujuan utamanya adalah untuk mengumpulkan informasi variabel dari kumpulan objek (populasi) dengan menggunakan pernyataan penting sebagai dasar untuk perencanaan dan pemecahan masalah. Sugiyono (2011) mendefinisikan analisis regresi linier sederhana sebagai metode analisis yang digunakan untuk menilai hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020), Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian berdasarkan filosofi positivis yang digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis kuantitatif/statistik, dengan tujuan mendeskripsikan dan mengevaluasi hipotesis yang telah disusun.

### 2.4.4 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *fanatisme* idol K-Pop terhadap perubahan perilaku mahasiswa Bahasa Korea Universitas

Nasional Angkatan 2018. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) Metodologi kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada gagasan positivis dan digunakan untuk mengevaluasi populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, dan melakukan analisis kuantitatif/statistik dengan tujuan mendeskripsikan dan menilai hipotesis yang telah disiapkan. Gambar 2.1 menggambarkan pola hubungan antara variabel X dan Y:



Gambar 2. 1 Desain Penelitian

Keterangan :

X : *Fanatisme* Idol K-Pop

Y : Perubahan Perilaku Mahasiswa

$\beta_y$  : Koefisien regresi pengaruh X terhadap Y

## 2.4.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

### 2.4.5.1 Populasi

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020), Populasi adalah kategori objek/subjek yang luas dengan karakteristik dan atribut tertentu yang dipilih oleh para ilmuwan untuk diteliti dan hasilnya dipublikasikan. Populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa Bahasa Korea angkatan 2018 Universitas Nasional.

### 2.4.5.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) Dalam hal ukuran dan karakteristik, sampel mewakili populasi. Purposive sampling digunakan dalam penyelidikan ini, bukan sampling probabilitas. Pendekatan sampling non-probabilitas adalah pendekatan yang tidak memberikan setiap elemen atau anggota populasi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Artinya tidak setiap orang dalam populasi mendapat kesempatan untuk dipilih sebagai sampel. Purposive sampling adalah metodologi pengambilan sampel dengan perhatian tertentu. Artinya peneliti memilih sampel berdasarkan ciri-ciri tertentu yang diharapkan dapat memecahkan kesulitan penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 114 mahasiswa Bahasa Korea dari Universitas Nasional 2018.

### 2.4.6 Instrumen Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dilakukan dengan pengumpulan dan pengolahan data menggunakan kuisisioner yang diisi langsung oleh responden. Pengukuran data dalam variabel yang dianalisis menggunakan instrumen kuisisioner dengan skala *Likert* untuk variabel media pembelajaran dan persepsi. Skala penilaian ini berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut: Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2) atau Sangat Tidak Setuju (1).

Tabel 2. 2 Bobot/Skor Skala Likert Kuisisioner

Bobot/Skor	Jawaban	Kode
5	Sangat Setuju	SS

4	Setuju	S
3	Kurang Setuju	KS
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

Uji validitas dan reliabilitas termasuk dalam uji instrumen penelitian. Soal instrumen yang valid dan tidak valid ditentukan berdasarkan hasil tes. Instrumen yang tidak valid dibuang atau tidak berpartisipasi dalam penelitian. reabilitas instrumen kemudian dinilai berdasarkan item pernyataan yang valid.

#### **2.4.7 Teknik Analisis Data**

##### **2.4.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah ukuran yang mencerminkan sejauh mana ketergantungan atau validitas suatu alat ukur . Kuesioner tersebut diuji validitasnya untuk melihat apakah kuesioner tersebut reliabel. Validitas penelitian ini diuji dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 13. Untuk menentukan validitas kuesioner, terlebih dahulu harus dievaluasi. Data hasil angket tes disusun menjadi skor, yang kemudian digunakan untuk menghitung hasil tes. Validitas temuan tes ditentukan dengan menggunakan SPSS versi 13 oleh peneliti. Uji dua sisi digunakan dengan tingkat signifikansi 0,05, dimana instrument dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05). Dikatakan tidak valid jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (uji dua sisi dengan sig. 0,05).

##### **2.4.7.2 Uji Reliabilitas**

Untuk menilai tingkat akurasi instrumen dilakukan uji reliabilitas

(reliabilitas atau konsistensi). Cronbach Alpha digunakan dalam uji reliabilitas ini, yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 13, dan hasilnya ditampilkan pada tabel di bawah ini (lampiran). Ini adalah taruhan yang aman karena dapat diandalkan sama dengan dapat dipercaya.

Untuk menguji kehandalan data dalam penelitian ini, saya menggunakan aplikasi SPSS. Data dianggap reliabel jika kondisi berikut terpenuhi. Instrumen tersebut berbentuk pilihan ganda atau skala bergradasi dan reliabilitasnya dinilai menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (Moleong, 2021). Interpretasi koefisien korelasi yang dinyatakan instrumen reliabel jika  $\text{Alpha} > 0,600$  atau  $\text{Alpha} = 0,600$  termasuk dalam kelompok tinggi dan cukup digunakan untuk menyatakan reliabilitas instrumen.

#### **2.4.7.3 Uji Asumsi Klasik**

Jumlah variabel bebas diperpanjang dari satu menjadi dua atau lebih dalam regresi linier berganda, yang merupakan modifikasi dari regresi linier dasar. Menurut Sunyoto, analisis regresi merupakan suatu metode untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor independen terhadap variabel dependen. Ketika hanya ada satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y), analisis regresi linier sederhana, yang didefinisikan sebagai  $Y = a + bX$ , digunakan untuk mengukur efek ini (Y). Untuk mengukur pengaruh banyak variabel independen satu sama lain, banyak analisis regresi linier dilakukan. Karena setiap nilai yang diantisipasi diprediksi naik atau turun dalam garis lurus, itu disebut linier. Ketika mengevaluasi hipotesis penelitian dengan model regresi berganda, peneliti harus terlebih dahulu memeriksa asumsi klasik model. Tujuan pemeriksaan asumsi klasik adalah

untuk memastikan bahwa asumsi klasik penelitian tidak rusak. Hasil tes yang baik adalah yang tidak menyimpang dari kebijaksanaan konvensional. Standar asumsi dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan regresi linear berganda.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam model regresi untuk menilai apakah variabel dependen dan independen terdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam uji normalitas untuk memeriksa apakah data terdistribusi secara merata. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, data dikatakan berdistribusi normal. Jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi tidak teratur.

#### 2. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) memiliki hubungan linier. Analisis ini digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen (Y) jika nilai variabel independen (X) tumbuh atau menurun, serta untuk mengidentifikasi hubungan positif atau negatif antara variabel independen dan variabel dependen. Regresi linier sederhana ini memiliki bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y: Nilai prediksi dari Y

a : Bilangan konstan

b: Koefisien variabel bebas

X: Variabel Independen

#### 2.4.7.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah metode pengambilan keputusan berdasarkan studi bukti dari eksperimen dan pengamatan yang terkontrol dan tidak terkontrol. Menurut kriteria probabilitas yang telah ditentukan, suatu hasil signifikan secara statistik jika secara praktis tidak mungkin terjadi secara kebetulan. Pengujian hipotesis kadang-kadang dikenal sebagai "konfirmasi analisis data". Saat membuat keputusan pengujian hipotesis, hipotesis nol hampir selalu diuji. Dengan menggunakan uji t, t tabel dapat digunakan untuk menilai apakah hipotesis diterima. Nilai t temuan regresi dibandingkan dengan nilai t-tabel. Terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ; jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , tidak berpengaruh secara parsial yang signifikan. Ini juga berlaku untuk F yang dihitung. Nilai t tabel dan F tabel telah diperdebatkan dalam berbagai karya statistik. Nilai t-tabel untuk hipotesis dua arah untuk ukuran sampel 114 adalah  $N - 2 = 114 - 2 = 112$ . Nilai t ditampilkan pada kolom signifikansi:  $2 = 5\% : 2 = 0,025$ . Jika pengujiannya satu arah, nilai df adalah  $114 - 1 = 113$ , seperti yang ditunjukkan pada kolom 5%.

#### 2.4.7.5 Uji Validitas Instrumen Media Pembelajaran

Tabel 2. 3 Variabel X : *Fanatisme*

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	FN1	0,756	0.296	Valid

2	FN2	0,912	0,296	Valid
3	FN3	0,694	0,296	Valid
4	FN4	0,825	0,296	Valid
5	FN5	0,705	0,296	Valid
6	FN6	0,851	0,296	Valid
7	FN7	0,801	0,296	Valid
8	FN8	0,900	0,296	Valid
9	FN9	0,748	0,296	Valid
10	FN10	0,778	0,296	Valid
11	FN11	0,888	0,296	Valid
12	FN12	0,834	0,296	Valid
13	FN13	0,817	0,296	Valid
14	FN14	0,821	0,296	Valid
15	FN15	0,848	0,296	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022(Data diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan validitas instrumen media pembelajaran diketahui bahwa 15 pernyataan lebih besar dari r-tabel. Untuk uji validitas ini sebanyak 32 responden, maka dapat diketahui r-tabel sebesar 0,296. Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pernyataan pada variabel persepsi adalah valid.

#### 2.4.7.6 Reliabilitas Instrumen *Fanatisme*

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur indikator variabel dalam kuesioner. Indikator dikatakan stabil jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan kuesioner stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018:45). Dalam penelitian ini 15 butir pernyataan kuesioner dihitung dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sedangkan butir pernyataan kuesioner yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian. Perhitungan dilakukan dengan bantuan software SPSS25.



Rumus Cronbach Alpha adalah sebagai berikut :

$$r = \left[ \frac{k}{(k - 1)} \right] \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

$r$  = koefisien reliabilitas instrument (cronbach alpha)

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma_b^2$  = total varian butir

$\sigma_t^2$  = total varian

Menurut Dasar pengambilan keputusan pengujian reliabilitas suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 Numally, Ghozali, (2013:48). Reliabilitas kurang dari 0,60 dapat dinyatakan instrument dianggap kurang baik. Hasil dari olahan data dengan bantuan software SPSS 25 didapatkan nilai reliabilitas variabel media pembelajaran dengan jumlah responden  $n = 15$  adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 4 Reliabilitas Instrumen *Fanatisme*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,963	15

Dari tabel diatas didapatkan nilai reliabilitas sebesar 0,963 sehingga dapat disimpulkan untuk semua butir instrument pada variabel media pembelajara *reliable* dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

#### 2.4.7.7 Uji Validitas Instrumen Perilaku

Tabel 2. 5 Variabel Y : Perilaku

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	P1	0,853	0,296	Valid
2	P2	0,809	0,296	Valid
3	P3	0,662	0,296	Valid
4	P4	0,821	0, 296	Valid
5	P5	0,919	0, 296	Valid
6	P6	0,762	0, 296	Valid
7	P7	0,866	0, 296	Valid
8	P8	0,790	0, 296	Valid
9	P9	0,699	0, 296	Valid
10	P10	0,786	0, 296	Valid
11	P11	0,860	0, 296	Valid
12	P12	0,685	0, 296	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan validitas instrumen media pembelajaran diketahui bahwa 12 pernyataan lebih besar dari r-tabel. Untuk uji validitas ini sebanyak 32 responden, maka dapat diketahui rtabel sebesar 0,296. Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pernyataan pada variabel persepsi adalah valid.

#### 2.4.7.8 Reliabilitas Instrumen Perilaku

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur indikator variabel dalam kuesioner. Indikator dikatakan stabil jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan kuesioner stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018:45). Dalam penelitian ini 12 butir pernyataan kuesioner dihitung dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha sedangkan butir pernyataan kuesioner yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian. Perhitungan dilakukan dengan bantuan software SPSS25.

Rumus Cronbach Alpha adalah sebagai berikut :

$$r = \left[ \frac{k}{(k - 1)} \right] \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

$r$  = koefisien reliabilitas instrument (cronbach alpha)

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma_b^2$  = total varian butir

$\sigma_t^2$  = total varian

Menurut Dasar pengambilan keputusan pengujian reliabilitas suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Numally, dalam Ghazali, 2013 : 48). Reliabilitas kurang dari 0,60 dapat dinyatakan instrument dianggap kurang baik.

Hasil dari olahan data dengan bantuan software SPSS 25 didapatkan nilai reliabilitas variabel media pembelajaran dengan jumlah responden  $n = 12$  adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 6 Reliabilitas Instrumen Perilaku

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,946	12

Dari tabel diatas didapatkan nilai reliabilitas sebesar 0,946 sehingga dapat disimpulkan untuk semua butir instrument pada variabel persepsi *reliable* dan dapat digunakan untuk penelitian ini.