

BAB 2 KERANGKA TEORI

2.1 Pendahuluan

Dalam penulisan penelitian ini peneliti menggali informasi dari peneliti-peneliti sebelumnya sebagai perbandingan. Selain itu peneliti juga mencari informasi dari jurnal, skripsi, buku-buku, *e-book*, maupun sumber di internet, mengenai informasi yang ada pada sebelumnya dan teori yang berkaitan dengan judul penelitian ini untuk mendapatkan landasan teori ilmiah.

Bab ini membahas teori yang berkaitan tentang media sosial meliputi definisi media sosial, faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial, dimensi media sosial, indikator Media Sosial serta tentang konsep pengetahuan meliputi definisi pengetahuan, faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan, dimensi pengetahuan serta indikator pengetahuan, selain itu juga ada keaslian penelitian, landasan teori, kerangka penelitian dan juga rujukan pustaka dari penelitian terdahulu.

2.2 Tinjauan Pustaka

Setelah melakukan peninjauan, penulis mendapatkan beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang Media Sosial terhadap Pengetahuan.

Penelitian pertama adalah skripsi yang ditulis oleh Nurdin, Difa Restiti, dan Rizki Amalia (2021) dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan tentang *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*” dan dengan menggunakan Metode Kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan tentang QRIS. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji *SPSS 21* dengan nilai F hitung sebesar $109.066 > F$

tabel 3,95, dan nilai signifikansi (Sig) ,000 < 0,05 dengan itu dapat disimpulkan bahwa variabel Media Sosial (X) berpengaruh signifikan terhadap Pengetahuan tentang QRIS (Y). Dengan demikian media sosial telah menjadi sarana yang efektif dalam pengetahuan baru seperti QRIS.

Penelitian kedua adalah skripsi yang ditulis oleh Ridha Aulia Putri (2021) dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Sosial Terhadap Pengetahuan Politik Generasi Muda (Studi Kasus Mahasiswa PPKn FIS Unimed Stambuk 2019)” dan dengan menggunakan Metode Korelasional dengan pendekatan Kuantitatif. Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti bahwa terpaan media sosial instagram berpengaruh rendah terhadap pengetahuan politik mahasiswa PPKn FIS Unimed stambuk 2019 sebesar 21,13% sedangkan 78,87% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini seperti misalnya pengetahuan politik yang dipengaruhi oleh media sosial lain seperti Facebook ataupun Twitter. Pendidikan politik juga menjadi variabel dalam meningkatkan pengetahuan politik generasi muda yang merupakan variabel lain diluar dari penelitian ini. Pengujian terhadap hipotesis penelitian menunjukkan bahwa, terpaan Media Sosial Instagram berpengaruh secara signifikan terhadap pengetahuan tetapi kecil politik pada mahasiswa PPKn FIS Unimed stambuk 2019.

Penelitian ketiga adalah skripsi yang ditulis oleh Cindy Nandita Suri (2021) dengan judul “Pengaruh Akses Media Sosial Twitter Terhadap Tingkat Pengetahuan Politik Mahasiswa pada Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2020 di Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto” dan dengan menggunakan Metode Kuantitatif. Berdasarkan perhitungan atau pengolahan data penelitian, kontribusi variabel X terhadap Y adalah sebesar 31,8 %. Nilai pengaruh akses media sosial

terhadap pengetahuan politik sebesar 31,8 % sedangkan sisanya, yakni sebesar 68,2 % pengetahuan politik dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini. Jika merujuk pada teori jarum suntik yang digunakan dalam penelitian tersebut maka seseorang yang sering menerima informasi dari media sosial pasti tingkat pengetahuan politiknya akan lebih tinggi daripada yang tidak pernah mengakses sama sekali, meskipun terdapat faktor pendukung lainnya.

Penelitian keempat adalah skripsi yang ditulis oleh Salma Muftiyatunnisa, Darsono dan Sapja Anantanyu dengan judul “Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Produk Microgreens” dan menggunakan Metode Sampel Acak Sederhana (simple random sampling). Responden dalam penelitian ini adalah *followers* akun ataupun grup di media sosial Instagram dan Facebook yang berbagi informasi dan menjual produk microgreens. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis varians yaitu Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap faktor Attention, Interest dan Search. Interest dan search berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemerolehan pengetahuan terkait produk microgreens. Hal ini dapat dijadikan acuan bagi para pelaku bisnis produk microgreens untuk mencari cara pemasaran yang paling efektif untuk menarik konsumen.

Penelitian yang kelima adalah jurnal yang dilakukan oleh Min Joo Jung dan Geun Young Lee yang berjudul “Sebuah Studi tentang Pengaruh Atribut Pemasaran SNS (Media Sosial) Maskapai Penerbangan pada Pengetahuan Merek Pelanggan dan Niat Beli” hasil dari pengujian hipotesis, ditemukan bahwa informasi dan interaktivitas antara atribut pemasaran SNS (Media Sosial) berpengaruh positif

terhadap niat beli pelanggan. Selain itu, informasi, interaktivitas, dan multimedia semuanya ditemukan memiliki efek positif pada kesadaran merek, dan interaktivitas dan multimedia, tidak termasuk informasi, ditemukan memiliki efek positif pada citra merek. Selain itu, telah terbukti bahwa pengetahuan merek memainkan peran mediasi sebagian dalam hubungan antara atribut pemasaran SNS (Media Sosial) maskapai penerbangan dan niat beli. Artinya kegiatan komunikasi pemasaran melalui SNS (Media Sosial) dapat berkontribusi pada peningkatan laba dengan meningkatkan tingkat pengenalan merek maskapai penerbangan dan citra merek yang dirasakan oleh pelanggan dan meningkatkan niat pelanggan untuk membeli tiket pesawat. Oleh karena itu, aktivitas komunikasi pemasaran SNS (Media Sosial) maskapai penerbangan perlu difokuskan untuk menciptakan dan mengelola hubungan pelanggan melalui komunikasi yang erat dan lancar dengan pelanggan dengan mendorong partisipasi pelanggan dengan menyediakan konten yang beragam dan menarik. Melalui hasil penelitian, kebutuhan akan metode pemasaran yang efektif dan strategi pemasaran dengan daya saing dan diferensiasi diangkat untuk merespon secara tepat kebutuhan dan tren pelanggan di lingkungan industri penerbangan yang berubah dengan cepat dan untuk memaksimalkan kinerja pemasaran.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan yang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Media Sosial selain berfungsi untuk berkomunikasi, juga menjadi sarana untuk penggunaannya dalam mencari berbagai informasi di dunia. Menurut Van Dijk (2013), dalam Nasrullah pada buku Media Sosial (2016;11),

bahwa “Media sosial merupakan platform media yang memfokuskan dalam keberadaan pengguna yang memfasilitasi pengguna pada aktifitas juga berkolaborasi, Karena itu media Sosial bisa ditinjau menjadi fasilitator online yang menguatkan interaksi antar pengguna sekaligus menjadi sebuah ikatan sosial.”

2.3.1.1 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial

Media sosial adalah platform yang sangat disukai oleh masyarakat sebagai sumber informasi. Alasan masyarakat menggunakan media sosial adalah untuk berinteraksi dengan orang lain. Manusia selalu terpacu untuk berhubungan dengan orang lain, menjaga reputasi dirinya, dan berharap adanya keuntungan yang didapatnya dari kegiatan tersebut.

Tujuan utama masyarakat Indonesia menggunakan internet adalah untuk update informasi. Tujuan lainnya adalah penggunaan terkait pekerjaan, pendidikan, bersosialisasi, mengisi waktu luang, hiburan, dan bisnis. Tujuan-tujuan ini dapat dipenuhi dengan menggunakan media sosial yang kini memiliki berbagai macam fitur dan konten untuk memenuhi kebutuhan penggunanya.

2.3.1.2 Dimensi Media Sosial

Media sosial mempunyai beberapa dimensi yang saling mempengaruhi satu dengan yang lain, menurut Rulli Nasrullah (2017:160) media sosial memiliki beberapa dimensi yang mendukung dan berpengaruh terhadap media sosial, dimensi ini saling berkaitan satu dengan yang lain, berikut dimensi media sosial adalah :

- 1) *Social Presence* adalah kontak yang ketika terjadi proses komunikasi penilaian responden atas dimensi social presence atau disebut interaksi media sosial.
- 2) *Media Richnes* adalah mengurangi ketidakjelasan dan ketidaknyamanan informasi melalui proses komunikasi.
- 3) *Self Disclosure* Dimensi adalah sebagai membangun hubungan dekat melalui pengungkapan diri seperti suka, tidak suka, perasaan dan pemikiran. Melalui media sosial masyarakat bisa mengutarakan pengungkapannya.

2.3.1.3 Indikator Media Sosial

Media sosial menjadi semakin tertanam dalam kehidupan sehari-hari. Indikator yang digunakan untuk penelitian ini berdasarkan pada pendapat dari Antony Mayfield (2008) menyatakan indikator dari sebuah Media Sosial yaitu :

1) Partisipasi

Partisipasi berasal dari bahasa Inggris *participate* yang artinya mengikutsertakan atau ikut mengambil bagian (Willie Wijaya, 2004:208). Menurut Fasli Djalal dan Dedi Supriadi (2001: 201- 202), partisipasi dapat juga di artikan sebagai pembuat keputusan untuk menyarankan kelompok atau masyarakat ikut terlibat dalam bentuk penyampaian saran dan pendapat, keterampilan, bahan dan jasa.

2) Keterbukaan

Keterbukaan berasal dari kata dasar terbuka yang berarti suatu kondisi yang di dalamnya tidak terdapat suatu rahasia, mau menerima sesuatu dari luar

dirinya, dan mau berkomunikasi dengan lingkungan di luar dirinya. Adapun keterbukaan dapat diartikan sebagai suatu sikap dan perasaan untuk bertoleransi serta mengungkapkan kata-kata dengan sejujurnya sebagai landasan untuk berkomunikasi. Dengan demikian, keterbukaan berkaitan erat dengan komunikasi dan hubungan antarmanusia.

3) Percakapan

Percakapan merupakan salah satu kegiatan bahasa yang melibatkan partisipan. Dalam percakapan, proses komunikasi terjadi apabila ada dua partisipan, yaitu pembicara dan pendengar. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa di dalam percakapan terjadi pertukaran informasi antara pembicara dan pendengar. Percakapan bukan hanya sekedar pertukaran informasi. Oleh sebab itu, jika seseorang mengambil bagian di dalam percakapan, maka mereka masuk ke dalam proses percakapan tersebut sehingga cara dan tujuan mengenai isi percakapan serta bagaimana informasi disampaikan berpengaruh dalam penginterpretasian percakapan.

4) Komunitas

Komunitas adalah sekelompok orang yang saling berbagi dan mendukung antara satu sama lain. Komunitas dapat dimaknai sebagai sekelompok orang yang hidup di suatu area khusus yang memiliki karakteristik budaya yang sama. Apapun definisinya, komunitas harus memiliki sifat interaksi. Interaksi yang ditekankan lebih kepada interaksi informal dan spontan daripada interaksi formal, serta memiliki orientasi yang jelas.

5) Saling Terhubung

Keterhubungan berasal dari kata dasar hubung. Keterhubungan memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga keterhubungan dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Keterhubungan juga merupakan suatu hubungan yang saling berkesinambungan antara hal satu dengan hal lain.

2.3.2 Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui panca indra manusia yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan adalah suatu hasil penggabungan atau kerjasama dari manusi antara suatu subyek yang mengetahui dan objek yang diketahui. Segenap apa yang diketahui tentang sesuatu objek tertentu (Suriasumantri dalam Nurroh 2017). Sedangkan menurut Notoatmodjo dalam Yuliana (2017), pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimiliki seperti mata, hidung, telinga, dan sebagainya. Pengetahuan merupakan bagian yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang.

2.3.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Fitriani dalam Yuliana (2017), faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan

Pendidikan mempengaruhi proses dalam belajar, semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin mudah seseorang untuk memperoleh sebuah informasi.

2. Media massa atau sumber informasi

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun non formal dapat memberikan pengetahuan jangka pendek (immediate impact), sehingga menghasilkan perubahan dan peningkatan pengetahuan.

3. Sosial budaya dan Ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang dilakukan seseorang tanpa melalui penalaran, apakah yang dilakukan baik atau tidak.

4. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada disekitar individu baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada pada lingkungan tersebut.

5. Pengalaman

Pengetahuan dapat diperoleh dari pengalaman pribadi ataupun pengalaman orang lain. Pengalaman ini merupakan suatu cara untuk memperoleh kebenaran suatu pengetahuan.

6. Usia

Usia mempengaruhi daya tangkap dan pola pikir seseorang. Bertambahnya usia akan semakin berkembang pola pikir dan daya tangkap seseorang sehingga pengetahuan yang diperoleh akan semakin banyak.



2.3.2.2 Dimensi Pengetahuan

Dimensi pengetahuan menurut Krathwohl (2010) adalah sebagai berikut.

1. Pengetahuan Faktual

Pengetahuan faktual berisi elemen-elemen dasar yang harus diketahui ketika mencapai atau menyelesaikan suatu masalah. Elemen-elemen ini biasanya dalam bentuk simbol-simbol yang digabungkan dalam beberapa referensi nyata atau 'rangkaiian simbol' yang membawa informasi penting. Pengetahuan faktual (factual knowledge) yang meliputi aspek-aspek.

2. Pengetahuan Konseptual

Pengetahuan konseptual meliputi pengetahuan kategori dan klasifikasi serta hubungannya dengan dan diantara mereka dan lebih rumit, dalam bentuk pengetahuan yang tersusun, yaitu skema, model mental, atau teori implisit atau eksplisit dalam model psikologi kognitif yang berbeda. Contohnya adalah rotasi bumi, matahari, rotasi bumi mengelilingi matahari.

3. Pengetahuan Prosedural

Pengetahuan prosedural merupakan seperti pengetahuan keterampilan, algoritma, teknik-teknik, dan metoda-metoda yang secara keseluruhan dikenal sebagai prosedur.

4. Pengetahuan Metakognitif

Metakognitif adalah kesadaran yang diketahui dan apa yang tidak diketahui. Strategi Metakognitif merujuk kepada cara untuk meningkatkan kesadaran mengenai proses berfikir dan pembelajaran yang berlaku. Apabila kesadaran

ini wujud, seseorang dapat mengawal fikirannya dengan merancang, memantau dan menilai apa yang dipelajari. Jadi Pengetahuan metakognitif adalah pengetahuan mengenai pengertian umum maupun pengetahuan mengenai salah satu pengertian itu sendiri.

2.3.2.3 Indikator Pengetahuan

Indikator pengetahuan menurut Notoatmodjo dalam Rella Ree Rais (2020):

1. Tahu (*know*).

Merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah diartikan mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya untuk mengukur bahwa orang tahu tentang suatu pengetahuan dengan menggunakan kata kerja antara lain menyebutkan, mendefinisikan, menguraikan dan sebagainya.

2. Memahami (*comprehension*).

Merupakan suatu kemampuan untuk menjelaskan dengan benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut dengan benar. Jika sudah paham secara objek, maka kita harus menjelaskan, menerangkan, menyebutkan contoh, menyimpulkan dan meramalkan terhadap objek yang dipelajari.

3. Aplikasi (*aplication*).

Merupakan suatu kemampuan untuk mempraktekkan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi yang sebenarnya.

4. Analisis (*analysis*).

Merupakan suatu kemampuan untuk menjabarkan suatu materi atau objek ke dalam komponen-komponen tertentu, tetapi dalam struktur organisasi tersebut dan mempunyai hubungan satu sama lain.

5. Sintesis (*syntesis*).

Menunjukkan suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian didalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

6. Evaluasi (*evaluating*).

Merupakan kemampuan untuk melakukan penelitian terhadap suatu materi atau objek berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. setelah orang mendapatkan pengetahuan, selanjutnya menimbulkan respon batin dalam bentuk sikap yang diketahuinya itu. Untuk mencapai kesepakatan atau kesamaan persepsi sehingga tumbuh keyakinan dalam hal masalah yang dihadapi diperlukan suatu proses komunikasi-informasi-motivasi yang matang, sehingga diharapkan terjadi perubahan perilaku seseorang.

2.4 Keaslian Penelitian

Dalam penelitian yang sudah penulis jabarkan dalam sub bab tinjauan pustaka, walaupun memiliki kesamaan mengkaji tentang media sosial dan pengetahuan, ada beberapa perbedaan yang terlihat, adalah sebagai berikut :

Penelitian pertama meneliti tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan tentang Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Sedangkan

penelitian sekarang meneliti tentang Pengaruh Akun Twiter @Kdram_Menfess terhadap Pengetahuan Budaya Korea *Follower*.

Penelitian kedua meneliti tentang Pengaruh Terpaan Media Sosial Terhadap Pengetahuan Politik Generasi Muda dan menggunakan Metode Korelasional dengan pendekatan Kuantitatif. Sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang Pengaruh Akun Twiter @Kdram_Menfess terhadap Pengetahuan Budaya Korea *Follower* dan menggunakan Metode Kuantitatif.

Penelitian ketiga meneliti tentang Pengaruh Akses Media Sosial Twitter Terhadap Tingkat Pengetahuan Politik. Sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang Pengaruh Akun Twiter @Kdram_Menfess terhadap Pengetahuan Budaya Korea.

Penelitian yang keempat meneliti tentang Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Produk Microgreens dengan menggunakan Metode Sampel Acak Sederhana (*simple random sampling*) dan menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis varian yaitu Partial Least Square (PLS). Sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang analisis tetapi Pengaruh Akun Twiter @Kdram_Menfess terhadap Pengetahuan Budaya Korea dan menggunakan metode kuantitatif.

Penelitian yang kelima meneliti tentang Sebuah Studi tentang Pengaruh Atribut Pemasaran SNS (Media Sosial) Maskapai Penerbangan pada Pengetahuan Merek Pelanggan dan Niat Beli. Penelitian ini mempunyai dua variabel (Y). Sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang Pengaruh Akun Twiter @Kdram_Menfess terhadap Pengetahuan Budaya Korea dan menggunakan metode kuantitatif dan hanya mempunyai satu variabel (Y).

2.5 Kerangka Pemikiran

2.5.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan

Media Sosial dapat memberikan pengaruh terhadap pengetahuan. Menurut Nurdin, Difa Restiti, dan Rizki Amalia dalam penelitiannya yang berjudul *“Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan tentang Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (2021)”* dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap pengetahuan QRIS. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil uji SPSS 21 dengan nilai Fhitung sebesar $109,066 > F \text{ tabel } 3,95$, dan nilai signifikansi (Sig) $,000 < 0,05$ dengan nilai dapat disimpulkan bahwa Media sosial (X) berpengaruh signifikan terhadap Pengetahuan tentang QRIS (Y). Dengan demikian Media Sosial telah menjadi sarana yang efektif dalam mendapatkan pengetahuan baru seperti QRIS. Sementara itu menurut Ridha Aulia Putri dalam penelitiannya yang berjudul *“Pengaruh Terpaan Media Sosial Terhadap Pengetahuan Politik Generasi Muda (Studi Kasus Mahasiswa PPKn FIS Unimed Stambuk 2019) (2021)”* dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap pengetahuan tetapi kecil. Hasil penelitian yang didapatkan diketahui bahwa terpaan media sosial instagram berpengaruh rendah terhadap pengetahuan politik mahasiswa PPKn FIS Unimed stambuk 2019 sebesar 21,13% sedangkan 78,87% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini seperti misalnya pengetahuan politik yang dipengaruhi oleh media sosial lain seperti facebook ataupun twitter. Pendidikan politik juga menjadi variabel dalam meningkatkan pengetahuan politik generasi muda yang merupakan variabel lain diluar dari konteks penelitian ini. Pengujian terhadap hipotesis penelitian menunjukkan bahwa,

terpaan media sosial instagram berpengaruh secara signifikan tetapi kecil terhadap pengetahuan politik mahasiswa PPKn FIS Unimed stambuk 2019.

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teori, penelitian relevan, dan kerangka pemikiran maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat Pengaruh Akun Twiter @Kdram_Menfess terhadap Pengetahuan Budaya Korea *Follower*

Ha : Terdapat Pengaruh Akun Twiter @Kdram_Menfess terhadap Pengetahuan Budaya Korea *Follower*

2.7 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68). Variasi nilai pada variabel penelitian ini merujuk pada ragam karakteristik berbeda antara satu dengan lainnya.

Pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel indenpenden (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Variabel indenpenden merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019:61) variabel indenpenden adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel indenpenden dalam penelitian ini adalah Media Sosial.

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2019:39) variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsumuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Pengetahuan.

2.8 Metodologi Penelitian

2.8.1 Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah di Universitas Nasional, Jakarta Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten Barat, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Karena pandemik covid-19 penelitian ini dilaksanakan secara online melalui kuesioner *Google Form*.

2.8.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama 6 bulan. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2022. Penelitian ini dilakukan mulai dari pengamatan awal hingga pengumpulan data primer maupun data sekunder. Kegiatan penelitian ini disajikan pada Tabel 2.1.

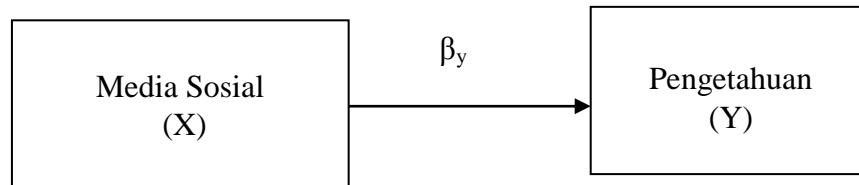
Tabel 2.1. Waktu Penelitian

Kegiatan	Tahun 2022																							
	Maret				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	1	2	3	4
Persiapan Penelitian	■	■	■																					
Pembuatan Jadwal			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Pengumpulan Data					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Pengolahan Data																								
Analisa Data																				■	■	■	■	
Penyusunan Data																					■	■	■	
Sidang Skripsi																						■	■	

2.8.3 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh aplikasi media sosial akun twitter terhadap pengetahuan budaya Korea. Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17), Penelitian Kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotetsis yang telah

ditetapkan. Pola hubungan variabel X dan Y dapat dilihat pada gambar 2.1. dibawah ini



Keterangan :

X : Media Sosial

Y : Pengetahuan

β_y : Koefisien regresi pengaruh X terhadap Y

2.8.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

2.8.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah follower Akun Twitter @kdrama_menfess yang jumlahnya tidak diketahui.

2.8.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan non probability sampling dengan metode *purposive sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota

populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017 :82). Artinya tidak setiap individu dalam populasi memiliki peluang untuk terpilih menjadi sampel. Sedangkan metode purposive sampling adalah adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016 : 85). Artinya peneliti mengambil sampel dengan menetapkan ciri-ciri khusus sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan dalam penelitian.

Jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan teori Roscoe dalam Sugiyono (2015), yaitu ukuran sampel yang layak adalah 30 sampai 500, jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari variabel yang diteiliti. Penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 yang berarti sudah memenuhi syarat yang ditentukan dalam teori tersebut. dan jumlah sampel dalam uji coba penelitian ini adalah 22 dengan asumsi sudah memenuhi syarat yang ditentukan dalam teori tersebut.

2.8.5 Instrumen Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dilakukan dengan pengumpulan dan pengolahan data menggunakan kuisisioner yang diisi langsung oleh para responden. Pengukuran data dalam variabel yang dianalisis dengan menggunakan instrumen kuisisioner dengan skala *Likert* untuk variabel media sosial dan pengetahuan. 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 Kuesioner

Bobot/Skor	Jawaban	Kode
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Kurang Setuju	KS
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

Semua instrumen di uji coba terlebih dahulu sebelum dipergunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan butir-butir pernyataan yang valid selanjutnya ditentukan reliabilitas instrumen.

Pengembangan instrumen ditempuh melalui beberapa cara, yaitu: (1) menyusun dimensi dan indikator variabel penelitian; (2) melakukan uji coba instrument (3) melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen.

2.9 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

2.9.1 Pengertian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 125) menunjukkan skala ketepatan antara data sesungguhnya yang terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak valid, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan, yaitu kuesioner.

2. Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

2.9.2 Variabel Media Sosial

2.9.2.1 Definisi Konseptual

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media sosial juga menjadi sarana utama untuk penggunaannya dalam menggali berbagai informasi di dunia. Menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.”

Media sosial akan menjadi semakin tertanam dalam kehidupan kita sehari-hari. Indikator yang digunakan untuk penelitian ini berdasarkan pada pendapat dari Antony Mayfield (2008) menyatakan indikator dari sebuah media sosial yaitu : Partisipasi, Keterbukaan, Percakapan, Komunitas dan Saling terhubung.

2.9.2.2 Definisi Operasional

Definisi operasional media sosial dalam penelitian ini adalah skor penilaian follower Akun Twitter @kdrama_menfess setelah mengisi kuesioner mengenai Media Sosial Twitter terhadap pengetahuan budaya Korea setelah menjadi follower follower Akun Twitter @kdrama_menfess dengan indikator kualitas isi dan tujuan, kualitas instruksional dan kualitas teknis.

Tabel 2.3. Operasioinal Variabel Media Sosial

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Nomor Butir
Media Sosial	Menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium(fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus	1) Social Presence Social Presence dapat diartikan dengan kontak yang terjadi ketika terjadi proses komunikasi penilaian responden atas dimensi social presence yaitu interaksi media sosial. 2) Media Richnes Media Richnes dapat diartikan dengan mengurangi ketidakjelasan dan ketidaknyamanan infrmasi melalui proses	Partisipasi	Ordinal	1,2,3,4
			Keterbukaan		5,6,7,8
			Percakapan		9,10,11,12

	sebagai sebuah ikatan sosial.”	komunikasi. 3) Self Disclosure Dimensi adalah sebagai mengembangkan hubungan dekat dengan melalui pengungkapan diri seperti suka, tidak suka, perasaan, dan pemikiran. Melalui media sosial konsumen dapat mengutarakan pengungkapannya.	Komunitas	13,14,15,16
			Saling Terhubung	17,18,19,20
Jumlah Total Pernyataan				20

2.9.3 Kalibrasi Instrumen Media Sosial

Mengacu pada indikator-indikator tersebut disusun sebanyak 20 pernyataan. Setelah penyusunan instrument, sebelum digunakan untuk penelitian sesungguhnya dilakukan kalibrasi yang mencakup validitas dan reliabilitas butir.

2.9.3.1 Validitas Instrumen Media Sosial

Kuesioner media sosial ini terdiri dari 20 butir pernyataan yang diujicobakan kepada 22 orang responden sebagai sampel dan selanjutnya untuk mengetahui validitas butir kuesioner dengan melakukan kalibrasi. Validitas butir ditentukan r_{yx} yang diperoleh dengan harga kritis r *Pearson's Product Moment* pada $n = 20$, yang ditentukan persamaan dan dengan signifikansi yang ditentukan dengan persamaan. Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir tersebut valid dan bisa digunakan untuk pengumpulan data. Sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel, maka

butir tersebut tidak valid dan selanjutnya tidak digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini. Dalam tabel harga kritis r tabel *Pearson's Product Moment* diketahui 0,3598 untuk $n = 22$ dengan $\alpha = 0,05$. Perhitungan koefisien korelasi *Pearson's Product Moment* dilakukan dengan bantuan Aplikasi SPSS 25.

$$r_{xy} = \frac{N\sum_{xy} - (\sum_x)(\sum_y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

dengan ketentuan:

r_{xy} : Koefisien Validitas

N : Banyaknya Subjek

X : Nilai Skor X

Y : Nilai Skor Y

$\sum X$: Jumlah Skor X

$\sum Y$: Jumlah Skor Y

$\sum X^2$: Jumlah Kuadrat X

$\sum Y^2$: Jumlah Kuadrat Y

t hitung

$$= \frac{r_{yx}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_{yx}^2}}$$

$$\sqrt{1-r_{yx}^2}$$

Sehingga uji validitas instrumen media sosial dapat diperoleh nilai sebagai berikut.

Tabel 2.4. Uji Validitas Instrumen Media Sosial

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	MS1	0,726	0,3598	Valid
2	MS2	0,642	0,3598	Valid
3	MS3	0,654	0,3598	Valid
4	MS4	0,586	0,3598	Valid
5	MS5	0,561	0,3598	Valid
6	MS6	0,548	0,3598	Valid
7	MS7	0,573	0,3598	Valid
8	MS8	0,591	0,3598	Valid
9	MS9	0,658	0,3598	Valid
10	MS10	0,642	0,3598	Valid
11	MS11	0,554	0,3598	Valid
12	MS12	0,616	0,3598	Valid
13	MS13	0,590	0,3598	Valid
14	MS14	0,753	0,3598	Valid
15	MS15	0,801	0,3598	Valid
16	MS16	0,571	0,3598	Valid
17	MS17	0,650	0,3598	Valid
18	MS18	0,718	0,3598	Valid
19	MS19	0,523	0,3598	Valid
20	MS20	0,751	0,3598	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan validitas instrumen media sosial diketahui bahwa 20 pernyataan lebih besar dari r tabel. Untuk uji validitas ini sebanyak 22 responden, maka dapat diketahui r tabel sebesar 0,3598. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pernyataan pada variabel media seosial adalah valid dan bisa digunakan dalam penelitian.

2.9.3.2 Reliabilitas Instrumen Media Sosial

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur indikator variabel dalam kuesioner. Indikator dikatakan stabil jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,

2018:45). Dalam penelitian ini 22 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 :

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

r = koefisien reliabilitas instrument (cronbach alpha)

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

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

σ_t^2 = total varian

Dengan kriteria pengambilan keputusan dinyatakan oleh Ghozali (2018:46), yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha* > 0,70 maka pertanyaan dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha* < 0,70 maka pertanyaan dinyatakan kurang baik atau tidak reliable.

Hasil dari olahan data dengan bantuan software SPSS 25 didapatkan nilai reliabilitas variabel media sosial dengan jumlah responden n = 15 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.5. Reliabilitas Instrumen Media Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,912	20

Dari tabel diatas didapatkan nilai reliabilitas sebesar 0,912 dengan demikian dapat disimpulkan untuk semua butir instrument pada variabel media sosial reliabel dan layak digunakan untuk penelitian ini.

2.9.4 Variabel Pengetahuan

2.9.4.1 Definisi Konseptual

Pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui panca indra manusia, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan adalah suatu hasil tahu dari manusia atas penggabungan atau kerjasama antara suatu subyek yang mengetahui dan objek yang diketahui. Indikator pengetahuan menurut Notoatmodjo dalam Rella Ree Rais (2020) yaitu : Tahu (*know*), Memahami (*comprehension*), Aplikasi (*aplication*), Analisis (*analysis*), Sintesis (*syntesis*).

2.9.4.2 Definisi Operasional

Definisi operasional pengetahuan dalam penelitian ini adalah skor penilaian *follower* Akun Twitter @kdrama_menfess setelah mengisi kuesioner mengenai pengetahuan budaya Korea setelah menjadi *follower* Akun Twitter @kdrama_menfess dengan indikator Tahu (*know*), Memahami (*comprehension*), Aplikasi (*application*), Analisis (*analysis*), Sintesis (*syntesis*), Evaluasi (*evaluating*).

Tabel 2.6. Operasioinal Variabel Pengetahuan

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Nomor Butir
Pengetahuan	<p>Pengetahuan adalah Pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui panca indra manusia yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba.</p>	<p>1. Pengetahuan Faktual berisi elemen-elemen dasar yang harus diketahui ketika harus mencapai atau menyelesaikan suatu masalah.</p> <p>2. Pengetahuan Konseptual meliputi pengetahuan kategori dan klasifikasi serta hubungannya dengan dan diantara mereka-lebih rumit, dalam bentuk pengetahuan yang tersusun. Seperti, skema, model mental, atau teori implisit atau eksplisit dalam model psikologi kognitif yang berbeda.</p> <p>3. Pengetahuan Prosedural merupakan pengetahuan bagaimana melakukan sesuatu.</p> <p>4. Pengetahuan Metakognitif ialah kesadaran</p>	Tahu (<i>know</i>)	Ordinal	1,2, 3,4
			Memahami (<i>comprehension</i>)		5,6,7
			Aplikasi (<i>application</i>)		8, 9,10
			Analisis (<i>analysis</i>)		11,12, 13
			Sintesis (<i>syntesis</i>)		14,15,1 6, 17
			Evaluasi (<i>evaluating</i>)		18,19, 20

		tentang apa yang diketahui dan apa yang tidak diketahui.			
	Jumlah Total Pernyataan				20

2.9.4 Kalibrasi Instrumen Pengetahuan

Dengan mengacu pada indikator-indikator tersebut disusun sebanyak 20 pernyataan. Setelah penyusunan instrumen, sebelum digunakan untuk penelitian sesungguhnya dilakukan kalibrasi yang mencakup validitas dan reliabilitas butir.

2.9.4.1 Validitas Instrumen Pengetahuan

Kuesioner media sosial terdiri dari 20 butir pernyataan yang diujicobakan kepada 22 orang responden sebagai sampel dan selanjutnya dilakukan kalibrasi untuk mengetahui validitas butir kuesioner. Validitas butir ditentukan r_{xy} yang diperoleh dengan harga kritis r *Pearson's Product Moment* pada $n = 20$, dengan signifikansi yang ditentukan dengan persamaan. Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir tersebut valid dan selanjutnya layak digunakan untuk pengumpulan data. Sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel, maka butir tersebut tidak valid dan selanjutnya tidak digunakan dalam penelitian. Dalam tabel harga kritis r tabel *Pearson's Product Moment* diketahui 0,3598 untuk $n = 20$ dengan $\alpha = 0,05$. Perhitungan koefisien korelasi *Pearson's Product Moment* dilakukan dengan bantuan Aplikasi SPSS 25.

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

dengan ketentuan:

r_{xy} : Koefisien Validitas

N : Banyaknya Subjek

X : Nilai Skor X

Y : Nilai Skor Y

$\sum X$: Jumlah Skor X

$\sum Y$: Jumlah Skor Y

$\sum X^2$: Jumlah Kuadrat X

$\sum Y^2$: Jumlah Kuadrat Y

t hitung

$$= \frac{r_{yx} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_{yx}^2}}$$

$$\sqrt{1-r_{yx}^2}$$

Sehingga uji validitas instrumen kepuasan konsumen dapat diperoleh nilai sebagai berikut.

Tabel 2.7. Uji Validitas Instrumen Pengetahuan

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	P1	0,608	0,3598	Valid
2	P2	0,656	0,3598	Valid
3	P3	0,666	0,3598	Valid
4	P4	0,526	0,3598	Valid
5	P5	0,515	0,3598	Valid
6	P6	0,550	0,3598	Valid
7	P7	0,487	0,3598	Valid

8	P8	0,132	0,3598	Tidak Valid
9	P9	0,653	0,3598	Valid
10	P10	0,629	0,3598	Valid
11	P11	0,658	0,3598	Valid
12	P12	0,617	0,3598	Valid
13	P13	0,545	0,3598	Valid
14	P14	0,453	0,3598	Valid
15	P15	0,806	0,3598	Valid
16	P16	0,584	0,3598	Valid
17	P17	0,250	0,3598	Tidak Valid
18	P18	0,847	0,3598	Valid
19	P19	0,716	0,3598	Valid
20	P20	0,533	0,3598	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan validitas instrumen pengetahuan diketahui bahwa nilai 20 pernyataan lebih besar dari nilai r tabel. Untuk uji validitas ini sebanyak 22 responden, maka dapat diketahui r tabel sebesar 0,3598. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pernyataan pada variabel pengetahuan adalah valid.

2.9.4.2 Reliabilitas Instrumen Pengetahuan

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur indikator variabel dalam kuesioner. Indikator dikatakan stabil jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018:45). Dalam penelitian ini 20 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 :

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

r = koefisien reliabilitas instrument (cronbach alpha)

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

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

σ_t^2 = total varian

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2018:46), yaitu jika koefisien Cronbach Alpha > 0,70 maka pertanyaan dinyatakan baik ataupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha < 0,70 maka pertanyaan dinyatakan kurang baik atau tidak reliable.

Hasil dari olahan data dengan bantuan software SPSS 25 didapatkan nilai reliabilitas variabel media pembelajaran dengan jumlah responden n = 20 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.8. Reliabilitas Instrumen Pengetahuan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,886	20

Dari tabel diatas didapatkan nilai reliabilitas sebesar 0,886 sehingga dapat disimpulkan untuk semua butir instrument pada variabel pengetahuan reliable dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

2.10 Analisis Statistik Deskriptif

Fungsi dari statistic deskriptif adalah gambaran secara umum yang berisi informasi berupa pemusatan data, kecenderungan suatu gugus data, serta ukuran sebaran data. Menurut Muchson (2017:6) statistik deskriptif dapat memberi informasi mengenai ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data, kecenderungan suatu gugus, dan ukuran letak. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel penelitian dengan melihat nilai minimum, nilai maximum, rata – rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

2.11 Uji Analisis Data dan Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh pada penelitian dapat dianalisis dengan metode analisis regresi linier berganda.

2.11.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS 25. Menurut Ghozali (2016) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika signifikan $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2.11.2 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menguji apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linier atau tidak. Kriteria pengujian linieritas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu:

- a. Jika nilai *Linearity Sig.* $< 0,05$, maka ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependen*.
- b. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* $> 0,05$, maka tidak ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*.

2.11.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain pada sebuah model regresi. Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Gletser. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada

suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

2.12 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya suatu variabel dependen (variabel terikat) dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen (variabel bebas) atau tidak. (Sugiyono, dalam Ridwan, 2020). Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan ataupun penurunan. Persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Nilai variabel dependen (variabel terikat)

a : Konstanta atau harga $x = 0$

b : Koefisien regresi

X : Variabel independen (variabel bebas)

2.13 Pengujian Hipotesis

2.13.1 Uji t

Menurut Ghozali (2016:97) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu media sosial terhadap variabel dependen yaitu pengetahuan maka nilai signifikan t dibandingkan dengan derajat kepercayaannya. Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Bila H_0 ditolak ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Kriteria dalam uji parsial (Uji t) dapat dilihat sebagai berikut. Uji hipotesis dengan membandingkan t hitung dengan t-tabel :

- 1) Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka Hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis berdasarkan signifikansi :

- 1) Jika angka sig $> 0,05$, maka H_0 diterima (tidak terdapat pengaruh)
- 2) Jika angka sig $< 0,05$, maka H_0 ditolak. (terdapat pengaruh)

2.13.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang kita miliki. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) pada suatu estimasi mendekati angka satu (1), maka dapat dikatakan bahwa variabel dependen dijelaskan dengan baik oleh variabel independennya untuk variabel dependen. Dan sebaliknya, apabila koefisien determinasi (R^2) menjauhi angka satu (1) atau mendekati angka nol (0), maka semakin kurang baik atau terbatas variabel independen menjelaskan variabel dependennya. (Ghozali, 2016).

Perhitungan koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan persamaan berikut :


$$R^2 = \frac{\beta_1 \sum X_1 Y + \beta_2 \sum X_2 Y}{Y^2}$$
$$\text{Adjusted-} R^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{(n-1)}{(n-3)}$$

