

**PENGARUH INTERAKSI PARASOSIAL PADA *LYSN BUBBLE*
DOYOUNG NCT TERHADAP MOTIVASI DIRI DAN
PERILAKU POSITIF PENGGEAR NCT
DI LAMPUNG**

(Tesis)

OLEH

**FITRIA HANI APRINA
NPM 2226031028**



**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG BANDAR LAMPUNG
2024**

**PENGARUH INTERAKSI PARASOSIAL PADA *LYSN BUBBLE*
DOYOUNG NCT TERHADAP MOTIVASI DIRI DAN
PERILAKU POSITIF PENGEMAR NCT
DI LAMPUNG**

Oleh :

**FITRIA HANI APRINA
2226031028**

TESIS

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG BANDAR LAMPUNG
2024**

**PENGARUH INTERAKSI PARASOSIAL PADA *LYSN BUBBLE*
DOYOUNG NCT TERHADAP MOTIVASI DIRI DAN
PERILAKU POSITIF PENGGEMAR NCT
DI LAMPUNG**

Oleh:

FITRIA HANI APRINA

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh interaksi parasosial pada *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri dan perilaku positif penggemar NCT di Lampung dengan menggunakan *social learning theory*. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan bantuan teknik hitung slovin sehingga didapatkan sampel 89 orang. Adapun hasil dari pengolahan data pada penelitian ini dengan menggunakan spss 29 adalah: Tidak ada pengaruh video *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri dengan nilai sig. 0,330. Pengaruh teks *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri sebesar 99% (*trimming*). Tidak ada pengaruh *voice note* *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri dengan nilai sig. 0,560. Tidak ada pengaruh langsung video *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar maupun pengaruh tidak langsung melalui motivasi diri dengan nilai sig. 0,206. Pengaruh teks *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar sebesar 32,4% (*trimming*). Tidak ada pengaruh langsung *voice note* *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar maupun pengaruh tidak langsung melalui motivasi diri dengan nilai sig. 0,094. Pengaruh teks *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebesar 17,8% (*trimming*) dengan nilai pengaruh tidak langsung 0,502 > dari nilai pengaruh langsung 0,324. Pengaruh simultan video, teks, *voice note* *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri sebesar 68,9% dan pengaruh simultan video, teks, *voice note* *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebesar 74%.

Kata Kunci : Interaksi Parasosial, Lysn Bubble, Teori Belajar Sosial, NCT, K-Pop

**PENGARUH INTERAKSI PARASOSIAL PADA LYSN BUBBLE
DOYOUNG NCT TERHADAP MOTIVASI DIRI DAN PERILAKU
POSITIF PENGEMAR NCT
DI LAMPUNG**

Oleh:

FITRIA HANI APRINA

ABSTRACT

This research uses quantitative methods with an explanatory research type. This research aims to determine the effect of parasocial interactions on Doyoung NCT's Lysn Bubble on the self-motivation and positive behavior of NCT fans in Lampung using social learning theory. The sampling method in this research was purposive sampling with the help of the Slovin counting technique so that a sample of 89 people was obtained. The results of data processing in this study using SPSS 29 are: There is no influence of Doyoung NCT's Lysn Bubble video on self-motivation with a sig value. 0,330. The influence of Doyoung NCT's Lysn Bubble text on self-motivation is 99% (trimming). There is no influence of Doyoung NCT's Lysn Bubble voice note on self-motivation with a sig value. 0,560. There is no direct influence of Doyoung NCT's Lysn Bubble video on fans positive behavior or indirect influence through self-motivation with sig values. 0,206. The influence of NCT Doyoung's Lysn Bubble text on fans positive behavior was 32,4% (trimming). There is no direct influence of Doyoung NCT's Lysn Bubble voice notes on fans' positive behavior or indirect influence through self-motivation with sig values. 0,094. The influence of NCT Doyoung's Lysn Bubble text on fans positive behavior through self-motivation is 17.8% (trimming) with an indirect influence value of 0,502 > the direct influence value of 0,324. The simultaneous influence of NCT's Lysn Bubble Doyoung video, text, voice note on self-motivation is 68.9% and the simultaneous influence of NCT's Lysn Bubble Doyoung's video, text, voice note on positive fan behavior through self-motivation is 74%.

Keywords : Parasocial Interactions, Lysn Bubble, Social Learning Theory, NCT, K-Pop

Judul Tesis : **PENGARUH INTERAKSI PARASOSIAL PADA
LYSN BUBBLE DOYOUNG NCT TERHADAP
MOTIVASI DIRI DAN PERILAKU POSITIF
PENGGEAR NCT DI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Fitria Hani Aprina**

Nomor Pokok Mahasiswa : 2226031028

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Nina Yudha Aryanti, S. Sos., M.Si.
NIP. 197505222003122002

Dr. Ibrahim Besar, S.Sos., M.Si.
NIP. 196803212002121001

MENGETAHUI

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung

Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si
NIP. 197303232006042001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.**

Sekretaris : **Dr. Ibrahim Besar, S.Sos., M.Si.**

Penguji Utama : **Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si.**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

3. Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Lampung

Prof. Dr. Muryadi, M.Si.
NIP. 196403261989021001

Tanggal Lulus Ujian Tesis: **28 Mei 2024**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fitria Hani Aprina

NPM : 2226031028

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jl. Penyu Gg. Ikan Koi Yosodadi Metro Timur Kota Metro

Dengan ini menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul “Pengaruh Interaksi Parasosial Pada *Lysn Bubble* Doyoung NCT Terhadap Motivasi Diri Dan Perilaku Positif Penggemar NCT di Lampung” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 25 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Fitria Hani Aprina
NPM 2226031028

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Fitria Hani Aprina. Penulis dilahirkan di Metro, pada tanggal 22 April 1992, sebagai anak kedua dari dua bersaudara pasangan Bapak Muhammad Haika (Alm) dan Ibu Rani Junaidi. Pendidikan formal yang pernah penulis tempuh adalah Sekolah Dasar (SD) yang diselesaikan di SD Teladan Kota Metro, Lampung pada tahun 2004. Kemudian penulis melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang diselesaikan di SMP N 1 Metro, Lampung pada tahun 2007. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) N 3 Kota Metro, Lampung dan selesai pada tahun 2010. Penulis juga menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung, pada tahun 2014. Tahun 2022 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung melalui jalur reguler. Penulis memiliki riwayat pekerjaan sebagai pegawai swasta di berbagai Perusahaan diantaranya : PT. Rabobank International Indonesia, Tbk., sebagai Secretary & Office Adm (2015-2017), PT. BNI Life, Tbk., sebagai Bancassurance (2018), PT. BNI Persero, Tbk., sebagai Assistant Branchless Banking (2019), dan terakhir PT. Catur Karda Depo Bangunan, Tbk., sebagai Accounting Staff (2020-2022).

MOTTO

“Your efforts will never betray you, all your efforts will pay off.”

[Lee Taeyong]

“Tiada kekayaan yang lebih utama daripada akal. Tiada keadaan yang lebih menyedihkan daripada kebodohan. Tiada warisan yang lebih baik daripada pendidikan. Dan tiada pembantu yang lebih baik daripada musyawarah”

[Ali bin Abi Thalib]

“Say kind words, a few kind words could save someone”

[Fitria Hani Aprina]

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Shalawat serta salam atas Nabi Muhammad SAW, penulis persembahkan tesis ini kepada :

1. Diri sendiri, yang sudah melanjutkan studi dan memperjuangkan gelar Magister Ilmu Komunikasi.
2. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Muhammad Haika (Alm) aku persembahkan dan dedikasikan gelar ini untukmu, Ibu Rani Junaida yang sudah menjadi sosok wanita tangguh, selalu berusaha menyediakan apapun yang aku butuhkan dan menjaga keluarga ini, dukungan dari Kakak Kandungku Annesya Novrika Anggraini beserta Kakak Iparku M. Ralza Gani, serta kedua keponakanku tersayang Nayyara Alea Marganita dan Rayyan Malik Al Gani.
3. Keluarga Besar Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Unila 2022.
4. Almamater Universitas Lampung.

SANWACANA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Puji dan Syukur Kehadirat Allah Swt., atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan Judul “Pengaruh Interaksi Parasosial Pada Lysn Bubble Doyoung NCT Terhadap Motivasi Diri dan Perilaku Positif Penggemar NCT di Lampung” sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pembelajaran dan meraih Gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasul Allah sekaligus manusia paling berpengaruh di dunia, Nabi Muhammad saw. Shalawat dan salam juga tersampaikan kepada keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa menjalankan dan menjaga sunah-sunahnya.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing dalam proses penulisan tesis ini kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung.
3. Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
4. Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Lampung sekaligus sebagai Dosen Penguji Utama.

Saya berterima kasih atas bimbingan yang saya dapatkan mulai dari pembelajaran akademik, beragam masukan terkait penelitian, nasihat hidup, serta memotivasi untuk terus melanjutkan studi.

5. Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si. selaku dosen Pembimbing I (Utama) yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, khususnya dalam menyusun rancangan tesis dalam perspektif kuantitatif, beberapa masukan terkait riset dan penelitian saya pada bidang Ilmu Komunikasi.
6. Dr. Ibrahim Besar, S.Sos., M.Si. selaku Pembimbing II (Pendamping) yang telah memberikan waktu, masukan, saran, kritik serta apresiasi yang sangat membangun penulis. Penulis mendapatkan pemahaman mengenai kajian Ilmu Komunikasi, khususnya pada pengembangan ilmu yang digunakan dalam penelitian ini.
7. Seluruh Dosen Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Bapak Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si., Dr. Abdul Firman Ashaf, M.Si., Dr. Nanang Trenggono, M.Si., Dr. Purwanto Putra, S.Hum., M.Hum., dan Ibu Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si. yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu khususnya mengenai berbagai kajian Ilmu Komunikasi.
8. Kepada Ernisa, Erwiza, Anida, Asheeqa, Ilham, Ria, Tazky, Grissel, Mentari, Emirullyta, Riyan, Yunice, Tante Yuli. Tempat tenang untuk merevisi tesis ku, Masjid Taqwa Kota Metro, para jamaah, seluruh staf yang mengizinkan penulis berada disana dari pagi hingga malam hari. Kopi kenangan dan barista cabang Metro. Umi Rohani, Tante Mega, Oma Sugi dan Tante Ida. Staf Administrasi FISIP Universitas Lampung. Seluruh keluarga, sahabat serta orang-orang terdekat yang mengapresiasi segala yang aku lakukan.
9. Keluarga besar Magister Ilmu Komunikasi Universitas Lampung 2022, diantaranya Wian, Axel, Atika, Mba Nurma, Mba Elysa, Kak Rani, Dea, Gery, Daffa, Made, Mba Efna, Annisa, Rini, Mas Edi, Mas Candra dan lainnya.

Semoga kebaikan kalian selama masa kuliah dibalas Allah dan gelar yang akan kita sandang nantinya bisa membawa keberkahan untuk kita sendiri maupun orang banyak.

10. Kepada NCT 127 terimakasih sudah menemani penulis selama hampir 6 tahun ini. Menemukan kalian adalah anugerah yang membuat diri ku tidak terombang ambing terlalu jauh. Memberikan rasa percaya diri, membantu untuk menghargai diri sendiri serta turut menyadarkan bahwa menggapai mimpi adalah hal yang tidak terbatas oleh waktu maupun usia. Aku tidak sabar untuk melihat bagaimana versi terbaik kita di setiap tahunnya. Mari terus tumbuh bersama dan saling menguatkan satu sama lain.
11. Fanbase NCTzen dan Straykidz Lampung maupun di seluruh Indonesia yang turut memberikan bantuan dan dukungan dalam pengerjaan tesis ini.
12. Kepada seluruh rekan-rekan yang sedang berjuang dimanapun kalian berada, yang tidak lelah mengejar kebahagiaan untuk kesehatan mentalnya, terimakasih sudah membaca tesis ini. Kalian hebat, teruslah berjalan, jangan berhenti. Carilah bantuan, berkumpul dengan lingkungan yang bisa menerima kalian dengan baik, mengerti cara menghargai dan berkata-kata baik. Terimakasih untuk tetap bertahan dan tetap stabil. Hidup tidak selalu menjanjikan kebahagiaan, tetapi kitalah yang menciptakan kebahagiaan itu sendiri. Karena setiap manusia berharga.

Bandar Lampung, 25 Juni 2024
Penulis,

Fitria Hani Aprina
NPM 2226031028

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
PANDUAN SINGKATAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Hipotesis Penelitian	9
1.6. Kerangka Berfikir	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Interaksi Parasosial	22
2.3. <i>Lysn Bubble</i>	24
2.4. Motivasi Diri	28
2.5. Perilaku Positif	30
2.6. <i>Social Learning Theory</i>	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	36
3.2. Tipe Penelitian.....	37
3.3. Variabel Penelitian.....	37
3.4. Definisi Operasional	37
3.5. Populasi.....	48
3.6. Sampel.....	48
3.7. Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.8. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.8.1. Data Primer	49
3.8.2. Data Sekunder.....	50
3.9. Skala Pengukuran	50
3.10. Uji Validitas	51
3.11. Uji Reliabilitas.....	54
3.12. Teknik Analisis Data	56
3.13. Uji Asumsi Klasik.....	56
3.13.1. Uji Multikolinearitas	57
3.13.2. Uji Heteroskedastisitas	57
3.13.3. Uji Normalitas.....	57
3.13.4. Uji Linearitas	58
3.14. Analisis Jalur	58
3.15. Persamaan Struktural	62
3.15.1 Koefisien Determinasi.....	63
3.15.2 Uji Hipotesis/ Uji-t Parsial	63
3.15.3 Uji Simultan F.....	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.2 Hasil Penelitian.....	66

	xv
4.2.1 Karakteristik Responden.....	66
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	68
a. Uji Multikolinearitas.....	68
b. Uji Heteroskedastisitas	70
c. Uji Normalitas	72
d. Uji Linearitas.....	74
4.2.3 Pengujian Hipotesis	75
4.2.3.1 Analisis Model 1.....	76
a. Koefisien Determinasi	76
b. Uji-t Parsial	77
1) Hipotesis 1	78
2) Hipotesis 2.....	79
3) Hipotesis 3.....	79
c. Koefisien Determinasi Setelah <i>Trimming</i>	81
4.2.3.2 Analisis Model 2.....	83
a. Koefisien Determinasi	83
b. Uji-t Parsial	84
1) Hipotesis 4.....	85
2) Hipotesis 5.....	86
3) Hipotesis 6.....	86
4) Hipotesis 7 & 9	88
c. Koefisien Determinasi Setelah <i>Trimming</i>	89
1) Hipotesis 8.....	89
2) Hipotesis 10	92
4.3 Pembahasan.....	93

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	126
5.2 Saran	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2	Klasifikasi Respon Psikologis Dalam Proses Parasosial.....	24
Tabel 3	Jumlah Kata yang Bisa Dikirimkan Penggemar di Bubble	27
Tabel 4	Definisi Operasional	38
Tabel 5	Skala Penilaian Likert	50
Tabel 6	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Video.....	52
Tabel 7	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Teks.....	52
Tabel 8	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Voice Note</i>	53
Tabel 9	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Motivasi	53
Tabel 10	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Perilaku Penggemar	54
Tabel 11	Batas Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel 12	Interpretasi Koefisien Korelasi	56
Tabel 13	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	66
Tabel 14	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 15	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 16	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Fans NCT.....	68
Tabel 17	Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1.....	69
Tabel 18	Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2.....	69
Tabel 19	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1	71
Tabel 20	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2	71
Tabel 21	Hasil Uji Normalitas Persamaan 1	73
Tabel 22	Hasil Uji Normalitas Persamaan 2	74
Tabel 23	Hasil Uji Linearitas	75
Tabel 24	Koefisien Determinasi Analisis Model 1	77

Tabel 25	Uji-t Model 1	78
Tabel 26	Koefisien Determinasi Analisis Model 1 <i>Trimming</i>	81
Tabel 27	Uji-t Model 1 <i>Trimming</i>	82
Tabel 28	Total Pengaruh Model Analisis 1 <i>Trimming</i>	82
Tabel 29	Koefisien Determinasi Analisis Model 2	84
Tabel 30	Uji-t Model 2	85
Tabel 31	Koefisien Determinasi Analisis Model 2 <i>Trimming</i>	89
Tabel 32	Uji-t Model 2 <i>Trimming</i>	89
Tabel 33	Total Pengaruh Model Analisis 2 <i>Trimming</i>	91
Tabel 34	Model 1 Hasil Tabel Anova.....	92
Tabel 35	Model 2 Hasil Tabel Anova	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Diagram Keaktifan <i>Lysn Bubble</i> Member NCT	2
Gambar 2	Dialog <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT	3
Gambar 3	Dialog Positif dan Pendapat Penggemar mengenai isi teks <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT	5
Gambar 4	Kerangka Berfikir	11
Gambar 5	Tampilan <i>Chatroom</i> Doyoung NCT	26
Gambar 6	Dampak <i>Words of Affirmation</i> pada Kyoka	29
Gambar 7	Contoh <i>Words of Affirmation</i> dari Doyoung NCT	30
Gambar 8	Diagram Jalur	59
Gambar 9	Model Struktur Analisis Jalur X1	60
Gambar 10	Model Struktur Analisis Jalur X2	60
Gambar 11	Model Struktur Analisis Jalur X3	61
Gambar 12	NCTzen Lampung	65
Gambar 13	Ilustrasi Analisis Model 1	76
Gambar 14	Hasil Analisis Model 1	80
Gambar 15	Hasil Analisis Model 1 <i>Trimming</i>	83
Gambar 16	Ilustrasi Analisis Model 2	83
Gambar 17	Hasil Analisis Model 2	87
Gambar 18	Hasil Analisis Model 2 <i>Trimming</i>	91

PANDUAN SINGKATAN

BLIP	: Branch Library Improvement Project
MOV	: Motivasi
NCT	: Neo Culture Technology
NNG	: Nielsen Norman Group
PP	: Perilaku Penggemar
SM Entertainment	: Star Museum Entertainment
SRS	: Software Requirement Specifications
Txt	: Teks
Vid	: Video
VN	: Voice Note
WOA	: Words of Affirmation

BAB I

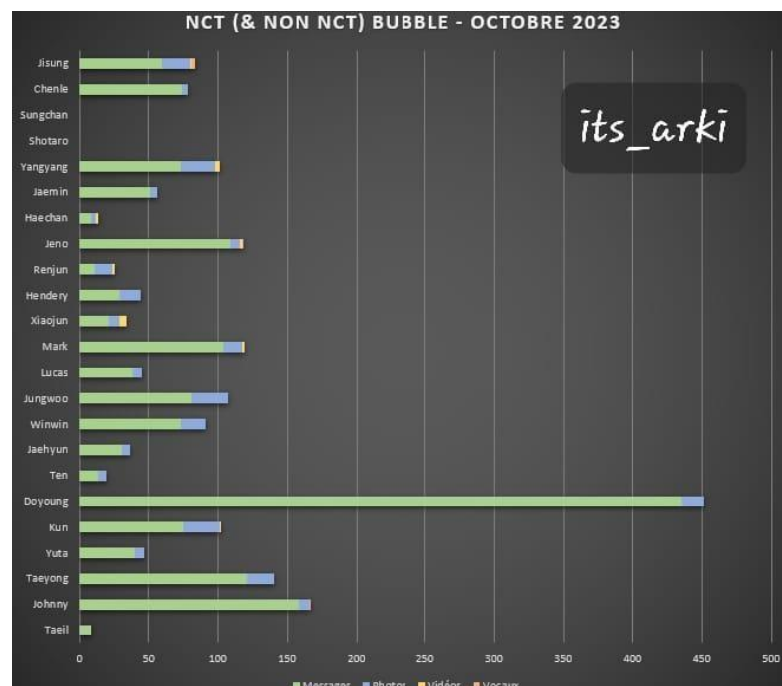
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Awal tahun 2000 industri hiburan Korea Selatan atau sering disebut *Hallyu* mulai memasuki pasar Indonesia, termasuk negara Asia lainnya yang menikmati budaya konsumsi pop (Jung, 2011). Para generasi muda mengikuti fenomena *K-Pop* atau mengagumi *Idol K-Pop* ini tentu karena memiliki alasan tersendiri. Adapun alasan yang paling umum adalah karena para *Idol K-Pop* sangat disiplin, bekerja keras, dan semangat dalam mewujudkan cita-cita (L. Putri, 2020). Selain itu, adapun hal positif yang dapat disikapi dari *fans* atau penggemar artis *K-Pop* salah satunya yakni mereka sering melakukan penggalangan dana untuk membantu lingkungan sekitar yang membutuhkan (Ri'aeni et al., 2019).

Interaksi parasosial yang terjalin antara *Idol K-Pop* semakin berkembang pesat karena difasilitasi berbagai kecanggihan aplikasi untuk berkomunikasi. Penelitian ini akan membahas interaksi parasosial yang dilakukan antara Doyoung NCT dengan para penggemar melalui aplikasi *Lysn Bubble*. Aplikasi ini terbentuk pada tahun 2020 dibawah naungan agensi SM Entertainment yang memungkinkan penggemar untuk *chatting* bersama *Idol* dengan cara berlangganan tiap bulannya. Menurut *Koreaboo* dikutip dari (E. Putri, 2020), *Lysn Bubble* langsung mendapatkan popularitasnya setelah diluncurkan. Terbukti pada Q2 tahun 2020 SM Entertainment meraup keuntungan kurang lebih Rp 57 miliar dari aplikasi tersebut.

Tidak hanya *Idol* dari agensi SM Entertainment saja yang menggunakan aplikasi tersebut, ada sekitar 10 agensi lain yang bergabung dan memfasilitasi artis binaannya untuk berkomunikasi dengan penggemar melalui *Lysn Bubble*. Menurut Jurnal Soreang.com (N. Putri, 2023) per tahun 2022 member NCT aktif melakukan *chatting* dengan para penggemar melalui *Lysn Bubble*. Member bernama Doyoung menempati posisi pertama dengan jumlah sebanyak 436 pesan. Pada tahun 2022 menurut artikel kapanlagi.com/korea NCT menduduki peringkat pertama sebagai artis tersibuk dengan total 1.847 jadwal (R. Putri, 2022). Begitupun pada tahun 2023 menurut harian Terbit.com (Anggraini, 2023) berdasarkan data *BLIP Schedule Report*, NCT menempati posisi pertama sebagai artis tersibuk pada Q1 dengan total 3.513 jadwal. Dengan predikat jadwal terpadat, NCT terutama member bernama Doyoung terbilang aktif menjalin komunikasi dengan penggemar melalui *Lysn Bubble*.



Gambar 1. Diagram Keaktifan *Lysn Bubble* Member NCT

Sumber: (akun X @its_arki diakses 13 November 2023)

Obrolan melalui *chatting* di *Lysn Bubble* terbilang cukup *intimate*, adapun contoh dalam penelitian ini adalah member NCT yang bernama Doyoung dengan penggemarnya yang membicarakan banyak hal mulai dari *comeback album*, rekomendasi makanan/restoran, *game*, masalah kesehatan, membicarakan perkiraan cuaca, saran agar penggemar bisa memilihkan foto yang akan dia *upload* di *feed* Instagram, hingga *deep talk*. Selain obrolan, sang *Idol* juga bisa mengirimkan foto, video, dan *voice note* untuk berinteraksi dengan penggemar.



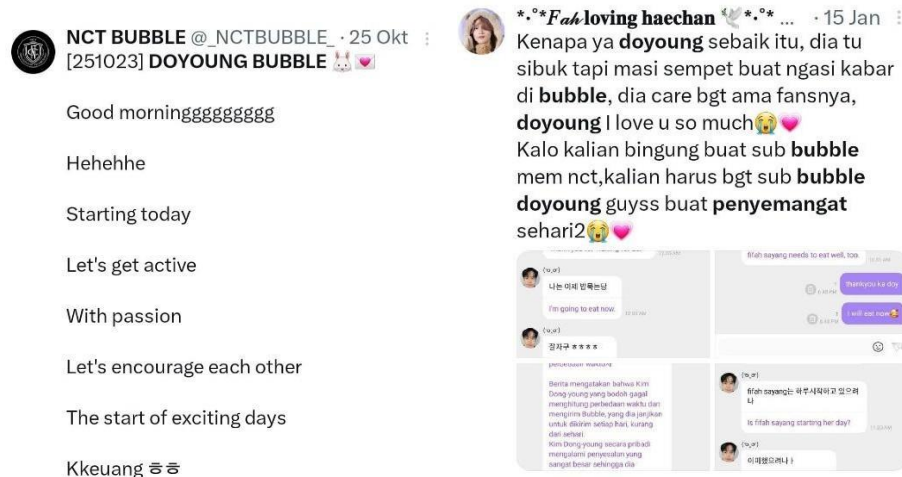
Gambar 2. Dialog *Lysn Bubble* Doyoung NCT

Sumber: (akun X @hsyimy_ dan @_NCTBUBBLE_ diakses 13 November 2023)

Nielsen Norman Group (Lillian, 2022) melakukan wawancara dan pengujian kegunaan kualitatif dengan penggemar *K-Pop* dewasa di Seoul Korea Selatan pada Oktober 2022. *Lysn Bubble* sebagai layanan pesan pribadi *K-Pop* membungkus model yang sama dengan ilusi bahwa seperti komunikasi bersifat pribadi dan pribadi. Meski pada kenyataannya *Lysn Bubble* merupakan komunikasi dari satu ke banyak. Hal ini dikarenakan tampilan *room chatting* yang dimiliki *Idol* berbeda dengan penggemar. Tampilan pada *room chat* sang *Idol* seperti *group chat* sedangkan tampilan pada penggemar seperti *private chat*. Tampilan *room chat* yang dimiliki *Idol* akan dipenuhi oleh *chat* seluruh penggemar dari berbagai negara.

Kemungkinan sang *Idol* melihat dan membalas *chat* dari setiap individu menjadi rendah, tapi tidak menutup kemungkinan pesan individu tersebut dibaca. Meski para penggemar menyadari bahwa ada banyak penggemar di dunia yang menanyakan hal yang serupa, tetapi penggemar memilih untuk mengabaikan hal tersebut dan tetap merasa senang seperti dijawab langsung oleh sang *Idol*. Kesimpulan yang diambil NNG dalam penelitian tersebut adalah “penggemar membayar untuk pengalaman pesan pribadi itu sendiri”, sehingga interaksi parasosial di *Lysn Bubble* sangat jauh memuaskan dibandingkan dengan komunikasi sepihak berbasis media sosial di masa sebelum hadirnya *Lysn Bubble*.

Interaksi parasosial yang terjalin melalui *chatting* di *Lysn Bubble* ini sering kali mengandung kalimat positif (*words of affirmation*). Mengutip dari artikel kumparan.com (Nurhaliza, 2023) menurut WHO bunuh diri adalah penyebab kematian terbesar keempat diantara orang-orang berusia 15-29 tahun di seluruh dunia pada tahun 2019. Merujuk pada data SRS tahun 2018 yang disesuaikan dengan estimasi kelengkapan survei 55%, angka kematian akibat bunuh diri di Indonesia sebesar 1,12/100.000 penduduk. Menurut Bank Dunia, pada tahun 2018 penduduk Indonesia sebanyak 267,1 juta jiwa. Berarti sebanyak 2.992 kasus kematian akibat bunuh diri. Kalimat-kalimat positif (*words of affirmation*) yang secara alami sering diaplikasikan oleh *Idol* NCT, khususnya disini adalah Doyoung sebagai member paling aktif di *Lysn Bubble* yang bisa menjadi penyemangat sehari-hari (ffeuhh, 2023).



Gambar 3. Dialog Positif dan Pendapat Penggemar mengenai isi teks

Lysn Bubble Doyoung NCT

Sumber : (akun X @_NCTBUBBLE_ dan @ffeuhh diakses 13 November 2023)

Penelitian ini terfokus pada perilaku NCTzen selaku penggemar dari *Idol K-Pop* NCT. Salah satu contoh, penulis kutip dari wowkeren.com (Sayyidah, 2022) dengan *headline* berita “Kurang dari 24 jam, donasi Fans NCT untuk Kanjuruhan capai 340 juta”. Hal tersebut juga yang menjadi cikal bakal terbentuknya “NCTzen Humanity & Help Indonesia” sebagai wadah khusus diluar *fandom* yang menaungi aksi kemanusiaan, digagas oleh para penggemar NCT di Indonesia untuk memfasilitasi donasi bagi bencana alam, tragedi, maupun hal kemanusiaan lainnya.

Menurut Horton & Wohl dalam (Hartmann & Goldhoorn, 2011) interaksi parasosial dianggap sebagai interaksi semu dan sepihak, tetapi melalui *Lysn Bubble* yang menghadirkan *experience* mengobrol dengan *Idol* secara langsung jadi terasa berbeda dari sosial media lain. Selain itu, *stigma* yang melekat tentang penggemar *K-Pop* adalah penggemar fanatik, menghamburkan uang, konsumtif, dan hal-hal negatif lainnya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian ini dengan harapan bisa menjadi pembanding dan menghadirkan pandangan berbeda kepada masyarakat tentang interaksi parasosial *K-Pop* dan penggemar.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar pengaruh video (X1) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar (Z)?
2. Berapa besar pengaruh teks (X2) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar (Z)?
3. Berapa besar pengaruh *voice note* (X3) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar (Z)?
4. Berapa besar pengaruh video (X1) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar (Y)?
5. Berapa besar pengaruh teks (X2) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar (Y)?
6. Berapa besar pengaruh *voice note* (X3) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar (Y)?
7. Berapa besar pengaruh video (X1) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar (Y) melalui motivasi diri (Z) sebagai variabel *intervening*?
8. Berapa besar pengaruh teks (X2) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar (Y) melalui motivasi diri (Z) sebagai variabel *intervening*?
9. Berapa besar pengaruh *voice note* (X3) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar (Y) melalui motivasi diri (Z) sebagai variabel *intervening*?
10. Berapa besar pengaruh simultan video, teks, *voice note*, dan motivasi diri terhadap perilaku positif penggemar?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar pengaruh video (X1) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar (Z).
2. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar pengaruh teks (X2) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar (Z).
3. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar pengaruh *voice note* (X3) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar (Z).
4. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar video (X1) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT memberikan pengaruh langsung terhadap perilaku positif penggemar (Y).
5. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar teks (X2) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT memberikan pengaruh langsung terhadap perilaku positif penggemar (Y).
6. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar *voice note* (X3) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT memberikan pengaruh langsung terhadap perilaku positif penggemar (Y).
7. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar pengaruh video (X1) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar (Y) melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening* (Z).
8. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar pengaruh teks (X2) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar (Y) melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening* (Z).
9. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar pengaruh *voice note* (X3) dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar (Y) melalui motivasi sebagai variabel *intervening* (Z).

10. Untuk menjelaskan dan menganalisa seberapa besar pengaruh secara simultan dari variabel video, teks, *voice note*, dan motivasi diri terhadap perilaku positif penggemar.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat teoritis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

1. Hasil penelitian ini menyajikan dampak positif dari *new media*, aplikasi *Lysn Bubble* jika dimanfaatkan dengan cara yang tepat.
2. Dapat dijadikan sumber pengembangan kajian Ilmu Komunikasi dibidang komunikasi *new media*, khususnya interaksi parasosial.

2. Secara Praktis

Adapun secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti

Membantu peneliti dalam pembuatan tesis sebagai salah satu syarat meraih gelar magister pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

2. Manfaat bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan ataupun rujukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan komunikasi *new media*, khususnya dalam meneliti interaksi parasosial. Kedepannya mungkin bisa fokus mengkaji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi interaksi parasosial sehingga sangat digandrungi dan memiliki dampak positif di dunia nyata.

1.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dirumuskan oleh peneliti berdasarkan kasus-kasus yang diamati, gejala yang ditelaah, atau peristiwa yang memperlihatkan fakta-fakta relevan. Dengan itu penelitian dapat dibangun secara logis-sistematis, konsisten dengan ilmu pengetahuan yang kebenarannya teruji (Syahrums & Salim, 2012). Dalam penelitian ini, hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.
- H0₁ : Tidak ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.

- H2 : Ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.
- H0₂ : Tidak ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.

- H3 : Ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.
- H0₃ : Tidak ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.

- H4 : Ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.
- H0₄ : tidak ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.

- H5 : Ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.
- H0₅ : Tidak ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.

H6 : Ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar.

H0₆ : Tidak ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar.

H7 : Ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H0₇ : Tidak ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H8 : Ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* memiliki pengaruh terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H0₈ : Tidak ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H9 : Ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

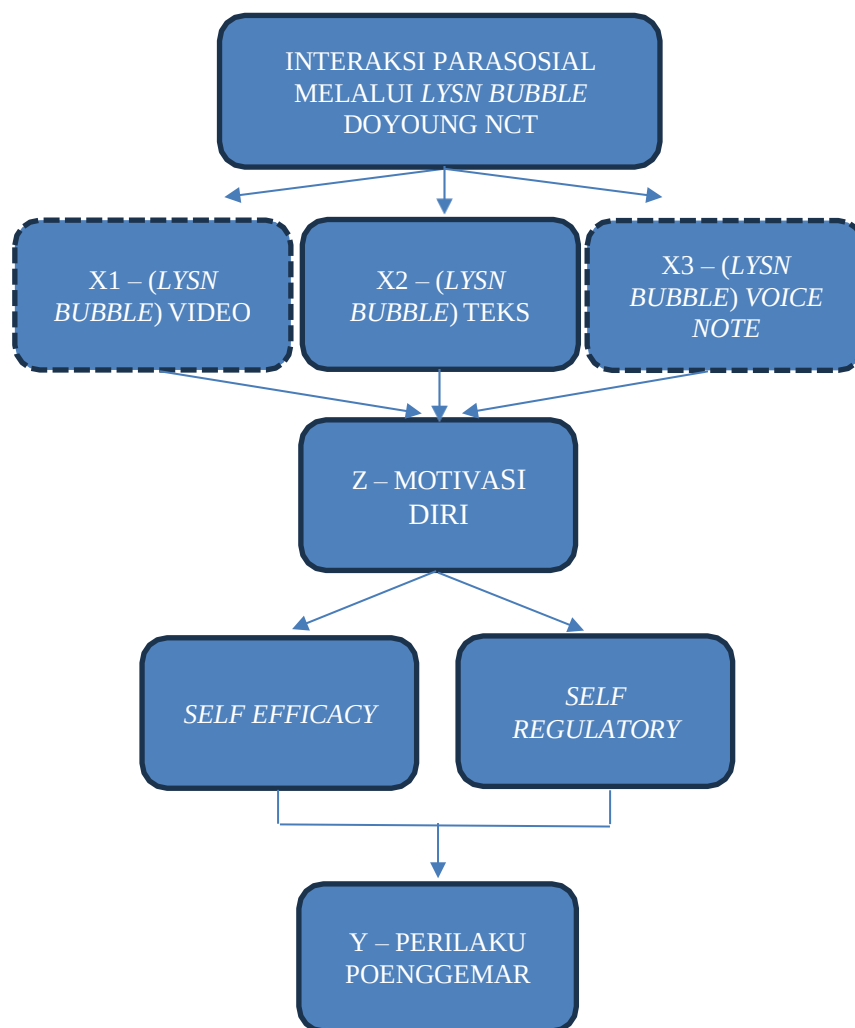
H0₉ : Tidak ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H10 : Ada besaran pengaruh simultan dari variabel video, teks, *voice note*, dan motivasi diri terhadap perilaku positif penggemar.

H0₁₀ : Tidak ada besaran pengaruh simultan dari variabel video, teks, *voice note*, dan motivasi diri terhadap perilaku positif penggemar.

1.6 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah representasi visual dari hubungan antara variabel-variabel yang akan digunakan untuk menguji permasalahan yang diteliti dan membantu pembaca memahami bagaimana interaksi parasosial berperan terhadap perilaku positif penggemar. Peneliti mengilustrasikan kerangka berpikir ini dalam bentuk bagan terlampir:



Gambar 4. Kerangka Berfikir

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Sehingga dapat dilihat orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. (L. Putri, 2020), Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dengan judul “Dampak *Korea Wave* Terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi”. Penulisan jurnal ini bertujuan untuk membahas mengenai bagaimana pengaruh yang ditimbulkan oleh perkembangan *K-pop* di era globalisasi. Metode yang digunakan deskriptif analitik, dimana penulis memberikan penjelasan secara konkrit mengenai dampak *korean wave* terhadap remaja pada era globalisasi. Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, koran, internet dan sebagainya. Temuan dari penelitian ini adalah dampak yang disebabkan oleh perkembangan *K-pop* ini diantaranya ada positif dan negatif. Dampak positif diantaranya adalah dapat menjadi inspirasi *fashion*, cara berpakaian, dan dapat membuat orang tersebut mandiri dengan menjual barang-barang yang berbau *K-pop* yang akan pasti diburu oleh *fans K-pop*. Adapun dampak negatif diantaranya adalah timbul sikap fanatisme terhadap idola, membelikan idola barang-barang mahal, dan juga dampak yang paling berpengaruh adalah menggunakan baju tak layak dipakai bagi perempuan dengan budaya Indonesia dan agama islam.

2. (Lutfiah Al Hanif et al., 2022), Universitas Islam Bandung, dengan judul jurnal “Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi *Lysn* dengan Kedekatan Interpersonal *Fans K-pop* pada *Boygroun* NCT”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah fitur bubble yang diluncurkan tersebut membuat fans (NCTZen) merasa lebih dekat dan akrab dengan member NCT secara personal dengan menggunakan Teori Hubungan Parasosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional. Populasi dari responden penelitian adalah penggemar boy group NCT yang tergabung kedalam fanbase NCTZen Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan kelonggaran ketidakteelitian sebesar 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan aplikasi *Lysn* dengan kedekatan interpersonal yang ada pada NCTZen Bandung dengan hasil uji korelasional sebesar 0,582. Kategori hubungan sedang, signifikan, positif dan searah. Disimpulkan bahwa semakin sering seseorang menggunakan aplikasi *Lysn*, maka semakin baik kedekatan interpersonal yang terjadi diantara penggemar dengan *boygroup* NCT..

3. (Putri Maharddika, 2022), Universitas Islam Indonesia, dengan judul skripsi “Komunikasi Impersonal Antara Idol dan Fans (Dinamika Proses Komunikasi Pada Aplikasi *Lysn* SM Entertainment)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis komunikasi impersonal dalam sebuah dinamika proses komunikasi dan juga hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi dalam aplikasi *Lysn*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi langsung dan wawancara mendalam. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan informan berjumlah delapan orang yang aktif menggunakan aplikasi *Lysn*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika proses komunikasi antara *Idol* dan fans SM Entertainment dalam aplikasi *Lysn* terjalin melalui sebuah komunitas virtual berkarakteristik heterogenerous. *Fans* juga merasa mendapatkan kepuasan tersendiri seperti mendapatkan konten dari *Idol* lebih dahulu dari para *fans* yang tidak berlangganan *bubble chat* dan dapat berinteraksi langsung dengan konten yang dikirimkan *Idol* tersebut. Selain itu notifikasi dari para *Idol* juga membuat suasana hati mereka senang.

4. (Prayukti, 2022), Universitas Indonesia, dengan judul jurnal “Pengaruh Budaya Komunikasi Berbasis Chat Terhadap Hubungan Parasosial Penggemar dan *Idol K-Pop* : Studi Kasus Layanan *Bubble*”. Salah satu bentuk budaya *fanservice* dalam *K-Pop* adalah komunikasi antara idola dan penggemar. Pada masa sebelumnya, komunikasi antara penggemar dan idola *K-Pop* sering dilakukan secara satu arah dalam bentuk komunikasi tertulis melalui korespondensi. Setelah teknologi semakin berkembang, media sosial menjadi media yang digunakan sebagai sarana komunikasi antara idola *K-Pop* dan penggemar dalam bentuk komunikasi dua arah, salah satunya komunikasi melalui aplikasi berbasis chat seperti layanan *Bubble*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perubahan budaya komunikasi idola *K-Pop* mempengaruhi hubungan parasosial idola *K-Pop* dan penggemar. Penelitian ini menggunakan metode gabungan kuantitatif dan kualitatif. Kuesioner disebarkan melalui media sosial dan mendapatkan total 106 responden valid. Data kemudian diolah menggunakan analisis mean dan uji korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan dalam penggunaan aplikasi berbasis *chat* dengan hubungan parasosial antara idola *K-Pop* dan penggemar secara signifikan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa frekuensi melakukan komunikasi melalui aplikasi berbasis *chat*, seperti layanan *Bubble* paling mempengaruhi afektif hubungan parasosial yang dirasakan penggemar.

5. (Prihantony et al., 2021) BPSDM Sumatera Barat, dengan judul skripsi “Aspek Motivasi dalam Pembentukan Perilaku”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi teori-teori tentang motivasi dan perilaku yang telah berkembang saat ini. Adapun metodologi yang digunakan adalah dengan cara melakukan kajian kepustakaan untuk menemukan hubungan antar penelitian dan menarik kesimpulan. Hasil kajian memperlihatkan bahwa motivasi terhadap sebuah perilaku bersifat multifaset dan dibentuk dari kombinasi antara dorongan yang terdapat dalam diri seorang dan relasi sosialnya. Ia bisa muncul dalam bentuk motif-motif sadar yang mendorong munculnya perilaku diskursif maupun motif-motif tanpa sadar yang memunculkan perilaku praktis. Karena itu motivasi atas sebuah perilaku tidak bisa digeneralisir serta harus memperhatikan konteks yang dihadapi oleh individu pada saat ia mengambil tindakan. Teori motivasi sebagai aspek penyebab perilaku telah berkembang jauh dari dasar yang telah diletakkan oleh Maslow pada tahun 1940-an. Motivasi tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga didorong oleh faktor-faktor intrinsik dan ekstrinsik bahkan multifaktor, baik yang ada pada diri pelaku maupun lingkungan yang melingkupi diri pelaku. Karena itu dalam menilai motivasi atas suatu perilaku individu tidak cukup hanya dilakukan dengan memandang kebutuhan individu secara umum sebagaimana teori Maslow, melainkan harus melihat konteks yang dihadapi oleh si pelaku pada saat ia melakukan tindakan.

Hasil penelitian menunjukkan hal-hal seperti adanya kebutuhan, dorongan untuk memperoleh kepuasan, menghindari ketakutan, memperoleh kekuasaan, dorongan keingintahuan, pencapaian pribadi, perolehan insentif dan lain-lain akan menciptakan motif-motif atas sebuah perilaku, baik perilaku yang dapat dijelaskan dan memiliki alasan (diskursif) maupun perilaku yang berlangsung begitu saja akibat telah menjadi kebiasaan (praktis). Dengan demikian teori-teori yang berkembang memperlihatkan bahwa motivasi atas sebuah perilaku seseorang merupakan kombinasi yang bersifat situasional antara aspek individu dan relasi sosialnya. Namun demikian kedua aspek tersebut tidak bisa dipisahkan dalam pembentukan perilaku. .

Berikut tabel penelitian terdahulu dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Penulis, Tahun, Judul & Universitas	Tujuan	Metode	Sampel	Temuan	Kesamaan	Perbedaan
Lisa Anggraini Putri, 2020. “Dampak <i>Korea Wave</i> Terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi” (UIN Sultan Syarif Kasim Riau)	Membahas mengenai bagaimana pengaruh yang ditimbulkan oleh <i>K-pop</i> di era globalisasi	Deskriptif analitik	Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, koran, internet	Dampak positif menjadi inspirasi <i>fashion</i> , cara berpakaian, dan dapat membuat orang tersebut mandiri dengan menjual barang-barang <i>K-pop</i> yang pasti diburu oleh <i>fans K-pop</i> . Dampak negatif diantaranya adalah timbul sikap fanatisme terhadap idola, membelikan idola barang-barang mahal, dan juga menggunakan baju terbuka	Sama-sama meneliti dampak interaksi <i>K-Pop</i> dan penggemar melalui media	Penelitian ini berdasarkan pada sumber dari buku, internet, maupun dari penelitian serupa mengenai pengaruh <i>K-Pop</i> di era globalisasi

Penulis, Tahun, Judul & Universitas	Tujuan	Metode	Sampel	Temuan	Kesamaan	Perbedaan
Kharisma Lutfiah Al Hanif, Indri Rachmawati, 2022. “Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi <i>Lysn</i> dengan Kedekatan Interpersonal <i>Fans K-pop</i> pada <i>Boygroun</i> NCT” (Univ. Islam Bandung)	Untuk mengetahui apakah fitur bubble yang diluncurkan tersebut membuat fans (NCTZen) merasa lebih dekat dan akrab dengan member NCT secara personal	Kuantitatif Korelasional	<i>Simple Random Sampling</i>	Menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan aplikasi <i>Lysn</i> dengan kedekatan interpersonal yang ada pada NCTzen Bandung dengan hasil uji korelasional sebesar 0,582	Sama-sama meneliti hubungan parasosial <i>Idol</i> K-Pop NCT melalui <i>Lysn Bubble</i>	Penelitian ini menggunakan teori hubungan parasosial dan sampel berada di daerah Bandung

Penulis, Tahun, Judul & Universitas	Tujuan	Metode	Sampel	Temuan	Kesamaan	Perbedaan
Adinda Putri Maharddhika, 2022. “Komunikasi Impersonal Antara Idol dan Fans” (Univ. Islam Indonesia Salatiga)	Untuk menganalisis komunikasi impersonal dalam sebuah dinamika proses komunikasi dan juga hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi dalam aplikasi LYSN	Kualitatif	<i>Purposive Sampling</i>	Menunjukkan bahwa dinamika proses komunikasi antara idol dan fans SM Entertainment dalam aplikasi LYSN terjalin melalui sebuah komunitas virtual berkarakteristik heterogenerous dan fans juga merasa mendapatkan kepuasan tersendiri seperti mendapatkan konten lebih dahulu dari para fans yang tidak berlangganan bubble	Sama-sama meneliti interaksi parasosial Idol K-Pop SM Entertainment melalui <i>Lysn Bubble</i>	Penelitian ini berfokus pada hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi dalam fitur bubble chat yaitu adanya hambatan teknis serta percakapan tersebut termasuk komunikasi impersonal

Penulis, Tahun, Judul & Universitas	Tujuan	Metode	Sampel	Temuan	Kesamaan	Perbedaan
Raden Roro Prayukti, 2022. “Pengaruh Budaya Komunikasi Berbasis Chat Terhadap Hubungan Parasosial Penggemar dan Idola K-pop: Studi Kasus Layanan Bubble” (UI)	Untuk menganalisis perubahan budaya komunikasi idola K-pop mempengaruhi hubungan parasosial idola K-pop dan penggemar	<i>Mix method</i> Kuantitatif dan Kualitatif	<i>Purposive Sampling</i>	Menunjukkan bahwa interaksi parasosial yang dilakukan oleh idola K-pop di media sosial mendorong dilaksanakannya kegiatan sonminsu oleh penggemar	Sama-sama meneliti interaksi parasosial penggemar K-Pop melalui <i>Lysn Bubble</i>	Dari penelitian ini berfokus untuk menganalisis perubahan budaya komunikasi idola K-pop dalam mempengaruhi hubungan parasosial idola K-pop dan penggemar

Penulis, Tahun, Judul & Universitas	Tujuan	Metode	Sampel	Temuan	Kesamaan	Perbedaan
Des Indri Prihantony, 2021. “Aspek Motivasi dalam Pembentukan Perilaku” (BPSDM Sumatera Barat)	Untuk mengeksplorasi teori-teori tentang motivasi dan perilaku yang telah berkembang saat ini	Kajian Kepustakaan	<i>Non Probability Sampling</i>	Motivasi terhadap sebuah perilaku bersifat multifaset dan dibentuk dari kombinasi antara dorongan yang terdapat dalam diri seorang dan relasi sosialnya. Ia bisa muncul dalam bentuk motif-motif sadar yang mendorong munculnya perilaku diskursif maupun motif-motif tanpa sadar yang memunculkan perilaku praktis. Karena itu motivasi atas sebuah perilaku tidak bisa digeneralisir	Sama-sama meneliti pengaruh motivasi terhadap perilaku	Penelitian ini hanya fokus mengkaji berbagai teori tentang pengaruh motivasi terhadap perilaku, sedangkan penelitian yang dilakukan dalam tesis ini adalah pengaruh interaksi parasosial <i>Idol K-pop</i> NCT terhadap motivasi diri dan perilaku positif penggemar

Perbedaan dan kebaharuan penelitian yang akan dilakukan terletak pada interaksi parasosial yakni interaksi secara virtual melalui aplikasi *Lysn Bubble* yang bisa berinteraksi langsung dengan idola. Khususnya dalam penelitian ini berfokus pada member NCT bernama Doyoung sebagai member representatif peringkat pertama yang paling aktif menggunakan *Lysn Bubble*. Penelitian ini menggunakan 3 variabel yakni video, teks, *voice note*, serta ditinjau melalui proses parasosial pada aplikasi *Lysn Bubble* yang dimana isi *chat*-nya mengandung kata-kata positif (*words of affirmation*). Penelitian ini juga menggunakan *social learning theory* untuk menguji apakah motivasi diri yang timbul bisa memberikan dampak pada perilaku positif penggemar.

2.2. Interaksi Parasosial

Konsep interaksi parasosial pertama kali dikenalkan oleh Horton & Wohl, observasi dasarnya adalah orang-orang di media televisi mengarahkan perilaku sosial dan komunikasi kepada khalayak sama seperti komunikasi interpersonal yang sebenarnya menggunakan kalimat-kalimat personal dan mengaturnya sedemikian rupa dengan bagaimana tanggapan yang akan diberikan oleh khalayak, seolah-olah ada keintiman antara persona dan penggemarnya (Hartmann & Goldhoorn, 2011).

(Schramm & Hartmann, 2008) juga menyebutkan bahwa interaksi parasosial dan interaksi personal memiliki kemiripan, saat idola muncul di media ia mengatur apa yang akan diucapkan hingga respon yang akan diberikan *audiensnya* sesuai dengan yang diinginkannya. *Audiens* sendiri mungkin merasakan terkoneksi, dekat dan bersifat dua arah seperti interaksi interpersonal pada umumnya, tapi sebenarnya semuanya hanya semu. Interaksi parasosial terjadi saat penggemar memberikan tanggapan pada idolanya melalui berbagai cara dan merasakan beberapa perasaan seperti senang, sedih, gelisah maupun ketakutan (Cohen, 2014).

Menurut (Schramm & Hartmann, 2008), interaksi parasosial dapat dibagi lagi menjadi dua yaitu, parakomunikasi (*paracommunication*) dan pemrosesan parasosial (*parasocial processes*). Parakomunikasi adalah perasaan penggemar untuk tetap berinteraksi dengan idolanya selama paparan media berlangsung meskipun penggemar menyadari bahwa interaksi tersebut hanyalah ilusi dan sudah diatur sedemikian rupa oleh idola. Sedangkan interaksi parasosial dalam pemrosesan parasosial dapat dipahami lebih luas mencakup seluruh tanggapan yang diberikan oleh penggemar, tidak melihat apakah penggemar mengetahui atau tidak mengenai idolanya yang mengatur interaksi tersebut. Dengan demikian proses parasosial masih dapat terjadi saat penggemar tidak melakukan interaksi dengan idola karena penggemar dapat memberi respon kepada idola dengan berbagai cara.

Dalam penelitian ini, interaksi parasosial akan dipahami sebagai pemrosesan parasosial. Interaksi parasosial jika dipahami sebagai proses parasosial dapat berupa perhatian, pemahaman, pengetahuan, evaluasi, simpati, empati, perasaan emosional dan perilaku penggemar (Jones et al., 2013). Singkatnya, interaksi parasosial sebagai proses parasosial adalah respon kognitif, afektif, dan perilaku penggemar terhadap idola yang ada di media (Schramm & Hartmann, 2008) ditunjukkan dapat diklasifikasikan seperti pada tabel berikut:

Tabel 2. Klasifikasi Respon Psikologis Dalam Proses Parasosial

Respon	Proses
<i>Cognitive</i>	<i>Attention Allocation</i>
	<i>Comprehension of Persona's Action and Activation</i>
	<i>Activation of Prior Media and Life Experiences</i>
	<i>Evaluations of Persona and Persona's Action</i>
	<i>Anticipatory Observation</i>
	<i>Constructions of Relations between Persona and Self</i>
<i>Affective</i>	<i>Sympathy/Antipathy</i>
	<i>Emphaty/Counter Emphaty</i>
	<i>Emotion Cognition</i>
<i>Behaviorial</i>	<i>Non-verbal Behavior</i>
	<i>(Para) verbal Behavior</i>
	<i>Behavioral Intentions</i>

Sumber : Schramm & Hartmann, 2008

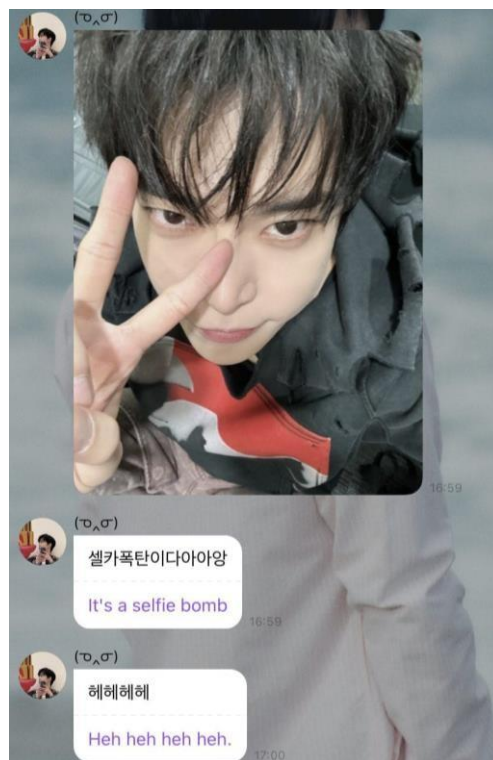
2.3. *Lysn Bubble*

Lysn (Hangul: 리슨) adalah aplikasi seluler Korea yang dibuat oleh perusahaan Korea Selatan Dear U, khusus untuk SM Entertainment (Laiyenes & Utami, 2023). Aplikasi ini mengkhususkan komunikasi artis ke penggemar dalam keanggotaan penggemar berlangganan. SM Entertainment meluncurkan layanan *Lysn*, pada tahun 2018. Meskipun *platform* tersebut gratis untuk digunakan, *platform* ini juga menyediakan keanggotaan klub penggemar berbayar di mana seseorang dapat memiliki lebih banyak fitur interaktif dan pada saat yang sama akan menerima kotak keanggotaan, pengumuman, berita, acara grup, acara penandatanganan penggemar, jadwal program musik, jadwal individu dan postingan foto dari artis SM.

Pada Februari 2020, SM kembali meluncurkan layanan yang disebut *Dear U Bubble*, yang langsung mendapatkan popularitas luar biasa. Penggemar dapat mengobrol dengan artis dan membayar biaya untuk mengakses konten *Bubble*. Selain itu, artis dapat langsung mengunggah foto ataupun video yang belum dirilis, *voice note*, dan menggunakan sistem pesan berkode sambil membaca dan menanggapi pesan dari banyak penggemar sekaligus. Menurut juru bicara SM, *platform* tanpa kontak tersebut memungkinkan artis untuk berkomunikasi langsung dengan para penggemar tanpa batasan waktu dan ruang.

Menurut halaman web aplikasi, *Lysn* memiliki slogan “*Tune Into Your Personalized Community*”. Berdasarkan slogan tersebut, pengguna aplikasi tidak perlu mengisi data pribadi untuk mendapatkan informasi terkait komunitas dan teman yang sesuai dengan minat pengguna. Selain dapat menemukan komunitas yang sesuai dengan minat, pengguna juga dapat membentuk komunitas sendiri. Hal tersebut dapat dirasakan melalui fitur *Open Chat*. Saat menggunakan fitur ini pun pengguna bisa berbagi konten selebriti yang ia sukai. Sesama penggemar dapat menambahkan menjadi teman. Pengguna juga bisa mensinkronasi kontak telepon genggamnya untuk mendapatkan teman sesama pengguna aplikasi *Lysn*. Tetapi pengguna juga boleh tidak mengizinkan orang lain menambahkannya sebagai teman.

Artis SM Entertainment seperti TVXQ, Super Junior, Girls' Generation, Shinee, Exo, Red Velvet, NCT, Aespa, dan Riize sudah menggunakan layanan *Bubble* yang beroperasi sejak Februari 2020. Selain artis SM Entertainment ada juga beberapa artis dari agensi lain yang bergabung seperti FNC Entertainment, Jellyfish Entertainment, JYP Entertainment, WM Entertainment, TOP Media, Play M Entertainment dan masih banyak lagi. Penggemar harus membayar tiket sebesar 3,99 dolar atau setara 65.000 rupiah sudah termasuk pajak untuk pembelian satu tiket anggota idola, setiap satu tiket berlaku hingga 30 hari. Untuk 30 hari berikutnya penggemar harus memperbaharui pembelian tiket.



Gambar 5. Tampilan Chatroom Doyoung NCT

Sumber : (aplikasi *Lysn Bubble* Doyoung diakses 13 November 2023)

Tampilan ruang obrolan *Bubble* dibuat dengan format 1:1, artinya proses komunikasi dilakukan dua orang pada pesan personal (*private message*). Penggemar akan merasakan sensasi berbicara secara “*private*” dengan idola. Meski kata yang dapat penggemar kirim memiliki keterbatasan mengikuti jumlah hari berlangganan, tapi proses komunikasi tetap bisa berjalan lancar. Pesan teks yang dikirimkan *Idol* dapat menyebutkan nama pengguna, sehingga proses komunikasi terasa lebih nyata. Padahal dari sudut pandang *Idol* ruang obrolan ini berbentuk *chat group*, seluruh penggemar atau pengguna yang mendaftar langganan akan bergabung di dalam satu grup dengannya. Pesan teks yang menyebutkan nama penggemar sudah diatur oleh sistem *Bubble*, sehingga setiap *Idol* mengetik nama *fandom*, maka yang terkirim ialah nama pengguna. Tetapi sang *Idol* juga bisa memberikan tag pada akun penggemar (tertuju pada satu individu).

Tabel 3. Jumlah Kata yang Bisa Dikirimkan Penggemar di Bubble

Waktu berlangganan	Jumlah kata
1 sampai 29 hari	30 kata
50 hari	50 kata
77 hari	77 kata
100 hari	100 kata
150 hari	150 kata
200 hari	200 kata
300 hari	300 kata
365 hari	365 kata
400 hari	400 kata
500 hari	500 kata

Sumber : (Namu.wiki.com/Lysn) diakses pada 19 Oktober 2023

2.4. Motivasi Diri

Istilah motivasi menurut (Nasution, 1995) berasal dari bahasa latin “*movere*” yang berarti bergerak (*to move*). Kata motivasi (*motivation*) kata dasarnya adalah motif (*motive*) yang berarti dorongan, sebab atau alasan seseorang melakukan sesuatu. Indikator-indikator motivasi terdiri dari: adanya keinginan dan hasrat, kebutuhan, dorongan, kepuasan yang ada didalam diri seseorang. Hal-hal tersebut sangat mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu demi mencapai tujuannya sehingga ada motivasi yang berasal dari dalam maupun dari luar.

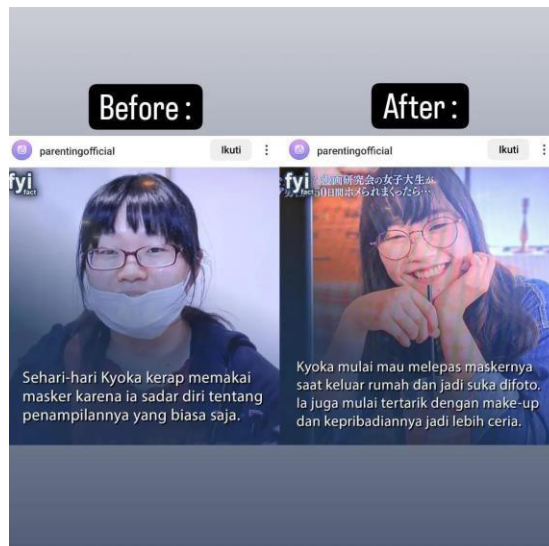
Motivasi diri merupakan dorongan dan kekuatan dalam diri seseorang untuk melakukan tujuan tertentu yang ingin dicapainya, tujuan adalah sesuatu yang berada diluar diri manusia sehingga kegiatan manusia lebih terarah karena seseorang lebih semangat dalam kegiatan tertentu (Anissyah, 2021). Motivasi diri berarti mampu menggunakan hasrat kita yang paling dalam untuk menggerakkan dan menuntun individu menuju sasaran, membantu individu mengambil inisiatif dan bertindak sangat efektif dan untuk bertahan menghadapi kegagalan dan frustrasi (Goleman, 1999).

Orang yang mempunyai motivasi diri cenderung lebih produktif dan efektif terhadap apa yang mereka kerjakan. Menurut (Dann, 2002), adapun kompetensi seseorang seseorang dalam memotivasi diri antara lain:

- a. Memiliki dorongan untuk selalu memperbaiki atau memenuhi standart-standart yang tinggi.
- b. Memperlihatkan komitmen dalam semua hubungan dengan orang lain.
- c. Mencari peluang terlebih dahulu, bukan mencari masalah.
- d. Memperlihatkan keuletan dalam mencapai tujuan dan kemauan memecahkan hambatan atau kemunduran.

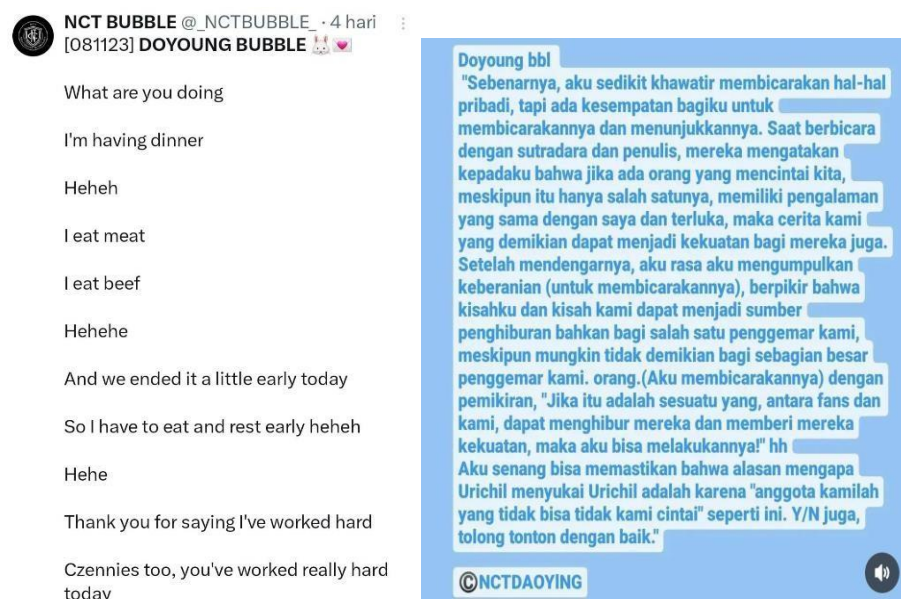
Lysn Bubble mengandung bahasa cinta yakni *words of affirmation*. Bahasa cinta ini berupa pemberian kata-kata yang mengandung kasih sayang, kata-kata yang bersifat positif kepada orang-orang yang dikasihi (Chapman, 2010). *Words of affirmation* dalam *Lysn Bubble* ditunjukkan melalui perkataan baik itu secara tertulis terkadang juga lisan, sehingga menimbulkan motivasi diri bagi penggemar untuk menjadi lebih baik.

Dikutip dari postingan akun Instagram @parentingofficial pada 3 Oktober 2023, stasiun televisi Jepang pernah melakukan eksperimen dengan memberikan pujian baik kepada seseorang selama 50 hari. Seorang remaja bernama Kyoka yang selama proses belajar gurunya selalu menyisipkan pujian seperti ‘pintar, cantik, dan baik hati’. Setelah 50 hari hasilnya tidak terduga, Kyoka mulai melepas masker saat keluar rumah, memakai *make up*, jadi suka difoto dan lebih ceria. Bisa dibayangkan jika pujian dan kata-kata baik itu datang dari lingkungan terdekat seperti keluarga atau rekan kerja, tentu setiap orang akan memiliki rasa percaya diri yang luar biasa. *Words of affirmation* sebagai bahasa cinta menunjukkan kekuatannya untuk memotivasi diri seseorang melalui eksperimen ini.



Gambar 6. Dampak *Words of Affirmation* pada Kyoka
 Sumber : (Instagram @parentingofficial diakses 14 November 2023)

Menariknya hal ini secara sadar atau tidak dilakukan oleh para member NCT, seperti contoh yang dilakukan oleh Doyoung melalui *chatting* di aplikasi *Lysn Bubble*. Kata-kata positif selalu disisipkan dalam obrolan sehingga menimbulkan motivasi diri bagi penggemar dan membuat mereka yakin bahwa mereka mampu dan layak untuk lebih baik. Adapun contoh dari *words of affirmation* yang memotivasi sebagai berikut:



Gambar 7. Contoh motivasi *Words of Affirmation* dari Doyoung NCT

Sumber : (aplikasi *Lysn Bubble* Doyoung diakses 14 November 2023)

2.5. Perilaku Positif

Perilaku merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya (Notoatmodjo, 2010). Sedangkan menurut (Wawan & Dewi, 2011) perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak. Perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi.

Skinner (1938) dalam (Notoatmodjo, 2012) yang dimana menyatakan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi individu terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Adapun perilaku manusia dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Perilaku tertutup (*covert behavior*)

Perilaku tertutup terjadi apabila respon terhadap stimulus masih belum jelas dapat diamati orang lain. Respon seseorang yang masih terbatas dalam bentuk perhatian, perasaan, persepsi, pengetahuan, dan sikap terhadap stimulus yang diterima.

2. Perilaku terbuka (*overt behavior*)

Perilaku terbuka terjadi apabila respon terhadap stimulus sudah berupa tindakan atau praktik nyata yang dapat diamati orang lain atau *observable behavior*.

Bloom (1908) dalam (Notoatmodjo, 2012) membagi perilaku kedalam tiga domain atau ranah, yakni kognitif (*cognitive domain*), ranah afektif (*affective domain*) dan ranah psikomotor (*psychomotor domain*), meskipun kawasan-kawasan tersebut tidak mempunyai batasan yang jelas dan tegas. Setiap individu memiliki perilaku yang berbeda-beda. Ada individu yang memiliki perilaku yang positif, yaitu perilaku yang diharapkan dan sesuai dengan norma yang berlaku di lingkungan masyarakat. Selain itu ada juga perilaku negatif, yakni perilaku yang tidak diharapkan dan tidak sesuai dengan norma yang berlaku di lingkungan masyarakat. Perilaku yang muncul dipengaruhi dari diri sendiri dan lingkungan sekitarnya. Jika lingkungan sekitar menstimulus atau mendukung munculnya perilaku yang positif, maka individu tersebut dengan sendirinya juga akan terbawa dengan perilaku positif tersebut, begitu sebaliknya.

Perilaku positif mencakup semua keterampilan yang dapat diamati yang meningkatkan kemungkinan keberhasilan dan kepuasan pribadi dalam lingkungan akademik, pekerjaan, sosial, rekreasi, komunitas, dan keluarga yang normatif (Carr et al., 2002).

Perilaku tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup individu untuk menjamin interaksi yang harmonis antara individu dan lingkungan. Pada remaja, fokusnya bisa pada kesehatan fisik, partisipasi dalam kegiatan sosial yang sehat, pencapaian akademis, bergaul dengan anggota keluarga, mengikuti norma-norma budaya, menyesuaikan diri dengan standar masyarakat, dan merenungkan nilai-nilai transendental. Perubahan signifikan pada keterampilan sosiokognitif, keterampilan negosiasi interpersonal, dan mekanisme pengaturan terjadi pada masa remaja, sehingga mendorong berkembangnya perilaku positif (Eisenberg et al., 1995).

Dalam teori pembelajaran sosial, Bandura menekankan pada pemodelan perilaku dan proses mental internal. Aksioma utamanya terletak pada gagasan bahwa kita belajar karena kita mengamati. Selain itu kita mempelajari perilaku positif (perilaku normatif dan dapat diterima secara sosial) dari panutan dan dengan mengamati konsekuensi perilaku orang lain. Ketika seseorang menyaksikan bagaimana perilaku-perilaku positif diakui, contohnya memuji teman sekelas yang mendapat nilai akademis yang baik sebagai hasil kerja kerasnya, maka sebagai pengamat akan meniru perilaku positif tersebut. Selain itu, pengamat memahami bahwa perilaku ini juga akan mendapat tanggapan positif. Oleh karena itu, mengenali perilaku positif mempunyai dampak yang menular: ketika perilaku tersebut dikenali, pengamat akan termotivasi untuk mengikuti jalur serupa.

Menurut teori pembelajaran sosial pengamat akan memperhatikan detail perilaku dan kesesuaiannya dengan perilaku positif yang diinginkan. Mereka kemudian didorong untuk mempertahankan perilaku positif tersebut melalui organisasi kognitif mereka sendiri, pengkodean simbolik, dan latihan sampai mereka kompeten untuk melakukan perilaku positif tersebut, yang disertai dengan penguatan yang diperlukan, dapat dilakukan setelah mereka siap. Ketika pengamat meniru perilaku positif tersebut tahap selanjutnya akan menjadi perilaku mereka sendiri, dan pola perilaku yang bertahan lama akan terbentuk (Law et al., 2012).

2.6. *Social Learning Theory*

Istilah teori pembelajaran sosial dikenal dengan sebutan *observational learning*. Tokoh utama dalam teori ini adalah Albert Bandura. (Bandura, 1986) memandang bahwa tingkah laku manusia bukan semata refleks otomatis dan stimulus, melainkan juga akibat dari reaksi yang timbul sebagai hasil dari interaksi antara lingkungan dengan skema kognitif manusia itu sendiri (Littlejohn & Foss, 2009). Teori ini merupakan pembelajaran yang tercipta ketika seseorang mengamati dan meniru perilaku orang lain. Dengan kata lain, informasi yang didapatkan dari cara memperhatikan kejadian-kejadian yang ada di lingkungan sekitar.

Prinsip dasar dalam pembelajaran menurut teori ini, bahwa yang dipelajari seseorang terutama dalam pembelajaran sosial dan moral terjadi melalui peniruan/*imitation* dan penyajian contohnya dalam perilaku/*modelling*. Dalam hal ini seseorang belajar mengubah perilakunya sendiri melalui cara orang atau sekelompok orang dalam merespon sebuah stimulus tertentu. Seseorang juga dapat mempelajari respon-respon baru dengan cara pengamatan terhadap perilaku seperti dari orang lain. Bandura menganggap belajar observasi sebagai proses kognitif yang melibatkan sejumlah atribut pemikiran manusia seperti, bahasa, moralitas, pemikiran dan regulasi diri perilaku.

(Bandura, 1986) dalam teorinya mengemukakan bahwa *observational learning* mencakup empat proses elemen yaitu memperhatikan, menyimpan informasi, menghasilkan perilaku dan termotivasi untuk mengulangi perilaku tertentu. Fase perhatian/*attensional* merupakan proses memerhatikan, seseorang bisa meniru perilaku seseorang ketika seseorang sudah memperhatikan perilaku itu terlebih dahulu. Proses peniruan dapat terjadi sempurna ketika sebagai pengamat memperhatikan pola-pola yang ada dengan seksama. Untuk itu syarat utama untuk meniru suatu perilaku adalah perilaku itu harus menarik perhatian. Adapun fase dalam teori ini penulis jabarkan sebagai berikut:

1. Fase Pengingat/*retensional* merupakan proses ingatan, seberapa baik perilaku ini diingat.

2. Fase pembentukan perilaku/*production* merupakan proses pembentukan perilaku, ketika sudah memperhatikan, sudah mengingat, tentu waktunya praktek. Termasuk dalam proses pengulangan yaitu pertimbangan seseorang sebelum seseorang itu meniru perilakunya. Ketika seseorang memiliki keterbatasan fisik yang sama namun kemampuan kognitif seseorang itu berbeda sehingga tidak bisa meniru perilakunya. Disini proses pengulangan sudah terjadi. Ketika seseorang berpikir hal ini menunjukkan seseorang tersebut melakukan proses pengulangan. Tetapi ini hanya sebatas pikiran. Disini seseorang akan mempertimbangkan apakah bisa meniru atau tidak. Ketika ternyata bisa menirukan maka seseorang bisa melanjutkan proses *social learning theory*. Namun ketika tidak bisa menirukan maka seseorang tidak bisa melanjutkan proses *social learning theory* ini.
3. Fase motivasi/*motivation* merupakan proses pendorongan untuk mencapai tujuan. Ketika seseorang sudah memperhatikan perilaku, seseorang akan mengingat langkah-langkahnya. Sebuah perilaku tidak bisa ditiru, apabila seseorang tidak ingin melakukannya. Dalam hal ini, perlu adanya motivasi. Seseorang cenderung akan melakukan peniruan ketika ada sesuatu yang mendorong atau memotivasinya. Peniruan akan terjadi apabila memberi manfaat bagi seseorang tersebut, merasakan hal positif setelah seseorang itu meniru.

Bandura juga menambahkan bahwa proses peniruan lebih mudah terjadi ketika didalam dirinya ada *self efficacy* dan *self regulatory* yang baik. *Self efficacy* (efikasi diri) merupakan keyakinan dalam diri seseorang, bahwa dia yakin bisa melakukannya. Sedangkan *self regulatory* (regulasi diri) merupakan kemampuan mengontrol perilaku sendiri. Konsep terpenting dari sudut pandang regulasi sendiri adalah konsep diri. Konsep diri lebih dikenal sebagai konsep harga diri.

Teori ini merupakan teori yang paling mendekati dan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, dikarenakan peneliti ingin membuktikan besaran pengaruh interaksi parasosial melalui *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap motivasi diri penggemar. Meski hal tersebut terjadi melalui komunikasi *new media*, tetapi memiliki dampak terhadap perilaku positif penggemar (NCTzen) dalam kehidupan nyata.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berlandaskan pada paham empirisme positivism melihat bahwa kebenaran berada dalam fakta-fakta yang dapat dibuktikan atau diuji secara empiris. Penelitian ini mengelaborasi tiga poin penting, poin pertama menjelaskan fenomena atau gejala yang terjadi sebagai gambaran akan keingintahuan dan keinginan untuk mendapat pemahaman mengenai suatu kondisi atau kejadian. Poin kedua adalah penggunaan jenis data numerik atau data dalam bentuk angka angka sebagai sebagai bahan utama untuk analisis. Poin ketiga adalah penggunaan statistik dalam melakukan analisis. Prosedur pelaksanaan penelitian kuantitatif amat ketat karena umumnya penelitian ini dilakukan untuk memverifikasi sebuah teori melalui pengujian hipotesis yang sejak awal sudah ditentukan dengan mengacu pada kerangka teori tertentu (Suharsaputra, 2012).

Paradigma positivistik terus mengalami peningkatan dan keterbukaan terhadap data lapangan. Adapun pokok utama dalam memahami paradigma positivistik yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menjelaskan fenomena yang terjadi. Pendekatan ini berlandaskan kepada keteraturan dan perubahan dalam masyarakat untuk menghasilkan suatu ilmu pengetahuan ilmiah yang baru dari kajian sosiologi. Paradigma disusun berlandaskan pada pokok permasalahan yang akan dikemukakan. Fenomena yang diasumsikan dapat menjawab persoalan dalam perspektif kajian sosiologi tentunya berada pada paradigma positivistik.

3.2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah penelitian eksplanatif untuk menjelaskan hubungan pengaruh antara fenomena–fenomena sosial yang terjadi, khususnya pengaruh interaksi parasosial pada *lysn bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri dan perilaku positif penggemar NCT di Lampung.

3.3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel yakni variabel bebas atau variabel *independent* (variabel X), variabel terikat atau variabel *dependent* (variabel Y), dan variabel *intervening* atau variabel antara (variabel Z). Variabel bebas (*independent*) ialah variabel yang menjelaskan fokus penelitian yang dilakukan, dianggap dapat memengaruhi variabel terikat. Sedangkan variabel terikat atau variabel *dependent* ialah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel antara atau *intervening variable* adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga menjadi hubungan yang tidak langsung serta tidak dapat diukur dan diamati (Sugiyono, 2015). Variabel bebas (variabel X) yang dirumuskan pada penelitian ini ialah video, teks, dan *voice note* yang terdapat dalam *Lysn Bubble* Doyoung NCT. Lalu variabel terikat atau *dependent* (variabel Y) pada penelitian ini adalah perilaku positif penggemar NCT. Variabel antara atau *intervening* (variabel Z) adalah motivasi diri.

3.4. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat yang diamati dan disusun supaya memudahkan peneliti untuk menentukan indikator dari variabel penelitian. Selain itu, mendefinisikan operasional juga akan memudahkan peneliti untuk mengetahui alat ukur penelitian yang cocok pada setiap variabel, sehingga uji hipotesis akan dilakukan dengan tepat.

Definisi operasional menunjukkan bagaimana mengukur variabel. Definisi operasional suatu variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi makna atau menetapkan kegiatan atau membenarkan operasi yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2015). Adapun definisi operasional pada penelitian ini penulis sajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT (Interaksi Parasosial)	Video	Interaksi parasosial antara Doyoung NCT dan penggemar melalui <i>Lysn Bubble</i> ditinjau dari variabel video, kemudian dianalisis dengan melihat bagaimana fase penguatan dan pembentukan perilaku yang dihasilkan melalui interaksi tersebut.	1. Video <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT terkadang mengandung <i>word of affirmation</i> 2. Video <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT yang mengandung <i>word of affirmation</i> diingat para penggemar 3. Video dari <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT yang berisi <i>word of affirmation</i>, diingat dan disebarkan melalui sosial media untuk menyemangati penggemar	Likert

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			4. Penggemar dapat memutuskan apakah bisa meniru atau tidak perilaku dari video <i>Lysn Bubble Doyoung NCT</i>	Likert
				Likert
			5. Video dari <i>Lysn Bubble Doyoung NCT</i> yang mengandung <i>word of affirmation</i> dapat memberikan motivasi diri penggemar	Likert
			6. Video dari <i>Lysn Bubble Doyoung NCT</i> yang mengandung <i>word of affirmtion</i> berpengaruh terhadap perilaku positif penggemar	

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT (Interaksi Parasosial)	<i>Voice Note</i>	Interaksi parasosial antara Doyoung NCT dan penggemar melalui <i>Lysn Bubble</i> ditinjau dari variabel <i>voice note</i> , kemudian dianalisis dengan melihat bagaimana fase pengingat dan pembentukan perilaku yang dihasilkan melalui interaksi tersebut.	1. <i>Voice note Lysn Bubble</i> Doyoung NCT terkadang mengandung <i>word of affirmation</i> 2. <i>Voice note Lysn Bubble</i> Doyoung NCT yang mengandung <i>word of affirmation</i> diingat para penggemar 3. <i>Voice note</i> dari <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT yang berisi <i>word of affirmation</i> diingat dan disebarkan melalui sosial media untuk menyemangati penggemar	Likert

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			4. Penggemar dapat memutuskan apakah bisa meniru atau tidak perilaku dari <i>voice note Lysn Bubble Doyoung NCT</i> 5. <i>Voice note</i> dari <i>Lysn Bubble Doyoung NCT</i> yang mengandung <i>word of affirmation</i> memberikan motivasi lalu berdampak terhadap perilaku positif penggemar	Likert
<i>Lysn Bubble Doyoung NCT</i> (Interaksi Parasosial)	Teks	Interaksi parasosial antara Doyoung NCT dan penggemar melalui <i>Lysn Bubble</i> ditinjau dari variabel teks, kemudian dianalisis dengan melihat bagaimana fase mengingat dan pembentukan perilaku yang dihasilkan melalui interaksi tersebut.	1. Pesan teks <i>Lysn Bubble Doyoung NCT</i> banyak mengandung <i>word of Affirmation</i> 2. Pesan teks <i>Lysn Bubble Doyoung NCT</i> yang mengandung <i>word of affirmation</i> diingat para penggemar	

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			3. Pesan teks dari <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT yang berisi <i>word of affirmation</i> diingat dan disebarkan melalui sosial media untuk menyemangati penggemar 4. Penggemar dapat memutuskan apakah bisa meniru atau tidak perilaku dari pesan teks <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT 5. Pesan teks dari <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT mengandung <i>word of affirmation</i> dapat memberikan motivasi diri penggemar 6. Pesan yang mengandung <i>word of affirmation</i> dengan sendirinya terbawa kedalam kehidupan penggemar	Likert

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			7. Pesan teks dari <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT yang mengandung <i>word of affirmation</i> membuat penggemar belajar darinya 8. Pesan teks dari <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT menstimulus perasaan sedih ataupun senang 9. Pesan teks dari <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT menstimulus penggemar untuk hidup harmonis dengan sesama 10. Pesan teks <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT yang mengandung <i>word of affirmation</i> berdampak bagi perilaku positif penggemar	Likert

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Motivasi Diri		Hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung melakukan tindakan pada diri penggemar untuk mencapai suatu hal yang diadaptasi dan dibentuk dari perilaku Doyoung NCT melalui interaksi parasosial <i>Lysn Bubble</i> .	1. Interaksi parasosial melalui <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT menstimulus penggemar untuk meniru guna mencapai hal baik bagi dirinya 2. Jika merasa perilaku dari sang idol tidak mampu ditiru, meski termotivasi tidak langsung bisa mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari 3. Motivasi diri yang didapat dari interaksi parasosial melalui <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT lebih kearah yang positif ketimbang negatif 4. Penggemar memiliki dorongan untuk selalu memperbaiki diri	Likert

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			5. Motivasi yang didapat dari interaksi parasosial melalui <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT tersebut lebih kearah yang positif ketimbang negatif	Likert
Perilaku Positif Penggemar		Merupakan respon/reaksi positif penggemar terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Adapun stimulus luar dalam penelitian ini didapatkan dari interaksi parasosial melalui <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT	1. Interaksi parasosial yang dilakukan secara berulang memicu penggemar untuk hidup sehat seperti yang dicontohkan Doyoung NCT 2. Pencapaian yang ditunjukkan Doyoung NCT memicu penggemar untuk memiliki pencapaian misalnya dibidang akademis	

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			3. Melalui <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT memperlihatkan kedekatannya dengan keluarganya memicu penggemar untuk lebih dekat dengan keluarga 4. Melalui <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT sering memperlihatkan kebbaikannya dengan sesama, hal itu juga menstimulus penggemar untuk membantu sesama 5. Melalui <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT yang sering menunjukan budayanya membuat penggemar juga bangga memperkenalkan budayanya ke idola maupun ke penggemar lain	Likert

Variabel Penelitian	Variabel Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			6. Melalui <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT yang selalu berusaha menyesuaikan <i>standart</i> masyarakat, menstimulus penggemar untuk bertindak sesuai norma di masyarakat 7. Lebih bijak dalam menghadapi suatu masalah karena dampak dari interaksi parasosial melalui <i>Lysn Bubble</i> Doyoung NCT 8. Suka menyebarkan kalimat positif kepada sesama 9. Menstimulus penggemar dalam hubungan transedental dengan kepercayaan masing-masing	Likert

Sumber: Diolah peneliti, 2023

3.5. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah yang digeneralisasikan dari suatu objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri yang ditentukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar *Idol* NCT, yaitu fandom NCTzen yang ada dalam grup *whatsapp* di Lampung dimana saat peneliti memulai menyebarkan kuisioner anggotanya berjumlah 815 orang.

3.6. Sampel

Sampel adalah sebagian jumlah dari populasi yang akan diteliti. Saat menentukan atau menetapkan sampel dari populasi, terdapat batasan-batasan yang sudah diatur sesuai dengan target dan sasaran penelitian (Syahrurum & Salim, 2012). Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah penggemar NCT (NCTzen) di Lampung. Penentuan ukuran sampel pada penelitian menggunakan rumus *Slovin*, seperti berikut:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel yang akan dicari

N = jumlah populasi

e = presisi yang telah ditetapkan

Langkah kerja dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = 815$$

$$e = 10\%$$

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

$$= \frac{815}{815(0,1)^2 + 1} = \frac{815}{9,15}$$

$$= 89,071 \text{ dibulatkan menjadi } 89$$

3.7. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* ialah suatu cara untuk menetapkan sampel yang sesuai dengan ukuran sampel. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan ialah teknik *probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *simple random sampling* yakni pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.8. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahap mencari dan mendapatkan data yang tepat untuk penelitian. Data yang didapatkan harus sesuai dengan tujuan penelitian, agar proses penelitian dapat berlangsung hingga mendapatkan jawaban dari rumusan masalah (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua cara pengumpulan data, yaitu:

3.8.1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan didapatkan dari data yang berasal dari sumber pertama. Data ini berasal dari data yang didapatkan melalui narasumber atau dari responden. Untuk mengumpulkan data ini diperlukan metode yang disebut survei. Survei dengan instrumen kuisioner dibagikan kepada 89 orang penggemar NCT dan disebar melalui jaringan sosial media.

3.8.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia. Sehingga peneliti bisa mencari dan mengumpulkannya. Data sekunder yang dikumpulkan harus dipilah agar sesuai dengan tujuan penelitian. Data sekunder juga dapat dijadikan pendukung dari data primer. Dalam penelitian ini, peneliti mencari dan mengumpulkan data berupa *e-journal*, *e-book*, skripsi, buku, dan artikel yang berhubungan dengan penelitian ini. Data dipilah agar sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat menjadi data pendukung dalam penelitian ini.

3.9. Skala Pengukuran

Seluruh indikator akan diukur menggunakan skala ordinal untuk menangkap tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Skala tersebut memiliki bobot 5 kategori peringkat dari:

Tabel 5. Skala Penilaian Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Pengukuran Skala Likert

Skala ordinal merupakan skala pengukuran yang menunjukkan jarak interval antar tingkatan tidak harus sama. Skala ordinal setingkat lebih tinggi dibanding dengan skala nominal.

3.10. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen dalam penelitian. Jika suatu instrumen valid, maka validitasnya juga tinggi. Begitu juga sebaliknya, jika suatu instrumen kurang valid, maka validitasnya juga rendah (Arikunto, 2006). Menurut (Gregory, 2000), validitas ini menunjukkan sejauh mana pertanyaan, tugas atau butir dalam suatu tes atau instrumen mampu mewakili secara keseluruhan dan proporsional perilaku sampel yang dikenai tes tersebut. Uji coba instrumen dilakukan kepada 30 *fans* Stray Kidz yang berdomisili di Lampung. Rumus yang digunakan untuk uji validitas dikemukakan oleh Pearson yang dikenal dengan Korelasi Pearson yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

dengan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi Pearson

n = Jumlah subjek uji coba

$\sum X$ = Jumlah skor butir

$\sum Y$ = Skor total

Selanjutnya r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} . Apabila r_{hitung} nilainya diatas angka taraf nyata 5%, maka pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya apabila nilainya di bawah angka taraf nyata 5%, maka pertanyaan tersebut tidak valid (Arikunto, 2006). Hasil perhitungan uji validitas sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Video

Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Vid01	0,672	0,355	Valid
Vid02	0,763	0,355	Valid
Vid03	0,823	0,355	Valid
Vid04	0,553	0,355	Valid
Vid05	0,504	0,355	Valid
Vid06	0,701	0,355	Valid

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas terhadap variabel video yang terdiri dari 6 butir pernyataan dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Teks

Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Txt01	0,811	0,355	Valid
Txt02	0,582	0,355	Valid
Txt03	0,706	0,355	Valid
Txt04	0,818	0,355	Valid
Txt05	0,826	0,355	Valid
Txt06	0,696	0,355	Valid
Txt07	0,840	0,355	Valid
Txt08	0,756	0,355	Valid
Txt09	0,788	0,355	Valid
Txt10	0,868	0,355	Valid

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas terhadap variabel teks yang terdiri dari 10 butir pernyataan dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Voice Note

Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
VN01	0,685	0,355	Valid
VN02	0,808	0,355	Valid
VN03	0,815	0,355	Valid
VN04	0,888	0,355	Valid
VN05	0,761	0,355	Valid

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas terhadap variabel *voice note* yang terdiri dari 5 butir pernyataan dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Motivasi

Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
MOV01	0,773	0,355	Valid
MOV02	0,794	0,355	Valid
MOV03	0,794	0,355	Valid
MOV04	0,773	0,355	Valid
MOV05	0,657	0,355	Valid

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas terhadap variabel motivasi yang terdiri dari 5 butir pernyataan dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Perilaku Penggemar

Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
PP01	0,690	0,355	Valid
PP02	0,781	0,355	Valid
PP03	0,861	0,355	Valid
PP04	0,879	0,355	Valid
PP05	0,793	0,355	Valid
PP06	0,846	0,355	Valid
PP07	0,806	0,355	Valid
PP08	0,843	0,355	Valid
PP09	0,868	0,355	Valid

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas terhadap variabel perilaku penggemar yang terdiri dari 9 butir pernyataan dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

3.11. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Situmorang & Lutfi, 2011). Dalam analisis statistik, uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur yang digunakan.

Bila alat ukur tersebut digunakan kembali untuk meneliti objek yang sama dengan teknik yang sama dengan waktu yang berbeda, maka hasil yang diperoleh tetap sama. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

dengan:

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir pertanyaan

σ_t^2 = varian total

Hasil perhitungan di atas diinterpretasikan dengan tingkat keterandalan korelasi menurut (Sugiyono, 2013):

Tabel 11. Batas Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 sampai dengan 0,199	Sangat Rendah
0,20 sampai dengan 0,399	Rendah
0,40 sampai dengan 0,599	Sedang
0,60 sampai dengan 0,799	Kuat
0,80 sampai dengan 1,000	Sangat Kuat

Loading baku absolut bagian luar dengan nilai $> 0,7$. Jadi jika $< 0,7$ maka tidak reliabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Untuk dapat memenuhi reliabilitas yang baik, nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach's alpha* harus lebih besar dari 0,70 (Chin, 1998).

Tabel 12. Interpretasi Koefisien Korelasi

Variabel	Alpha	Keterangan
Video	0,758	Reliabel
Teks	0,917	Reliabel
<i>Voice Note</i>	0,803	Reliabel
Motivasi	0,795	Reliabel
Perilaku Penggemar	0,937	Reliabel

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Dari hasil pengujian uji reliabilitas di atas dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel. Nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan di atas 0,70 sehingga dapat disimpulkan variabel yang digunakan reliabel.

3.12. Teknik Analisis Data

Penelitian ini melibatkan pemeriksaan menyeluruh terhadap semua informasi yang diperoleh dari berbagai sumber penelitian, seperti catatan, dokumen, hasil tes, rekaman, dan lainnya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mempermudah pemahaman terhadap data yang ada, dengan harapan dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang lebih jelas (Priadana & Sunarsi, 2021). Sebelum melakukan analisis data, peneliti melakukan test uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, heteroskedastisitas, uji normalitas, dan uji linieritas.

3.13. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2011) uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linearitas.

3.13.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Pengujian ada tidaknya Multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dengan melihat nilai tolerance dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan multikolinieritas yaitu nilai tolerance $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 . Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0.1, maka dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas.

3.13.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain di dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Homoskedastisitas yaitu apabila *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya tetap. Apabila berbeda, disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Menurut (Gujarati, 2013) dalam (Ghozali, 2011) uji *glejser* dilakukan untuk meregres nilai *absolute residual* terhadap variabel independen. Untuk menentukan terjadi *heteroskedastisitas* atau tidak adalah dengan melihat nilai Sig. atau signifikansi yang dihasilkan dari uji regresi tersebut. Kriteria yang digunakan adalah apabila nilai Sig. yang dihasilkan lebih dari 0,05, maka terbebas dari asumsi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai Sig. kurang dari 0,05 maka terjadi asumsi *heteroskedastisitas*.

3.13.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat distribusi normal antara variabel terikat dan variabel bebas.

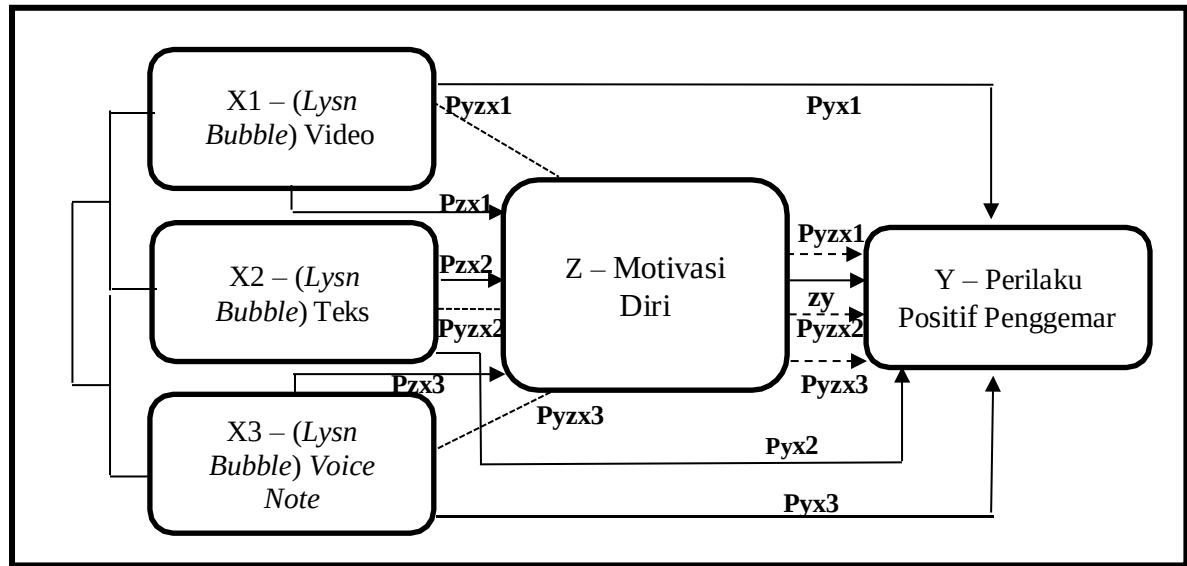
Apabila distribusi data normal atau mendekati normal, berarti model regresi adalah baik. Pengujian untuk menentukan data terdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan uji statistik non- parametrik. Uji statistik non-parametrik yang digunakan adalah uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (1-Sample K-S)*. Apabila hasilnya menunjukkan nilai probabilitas signifikan di atas 0,05, maka variabel terdistribusi normal.

3.13.4 Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau masih salah. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Untuk melakukan uji linearitas digunakan program SPSS. Selanjutnya, lihat kolom Sig. pada baris *Linearity* di *Anova Table*, jika nilainya $> 0,05$ maka bersifat linear, sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat linearitas.

3.14. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda, atau dengan kata lain analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2011). Analisis jalur hanya digunakan untuk menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel. Adapun diagram analisis jalur dapat digambarkan seperti dibawah ini:

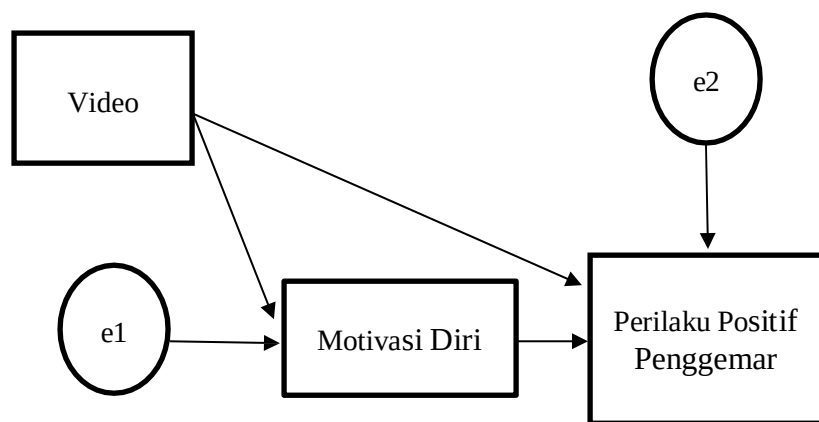


Gambar 8. Diagram Jalur

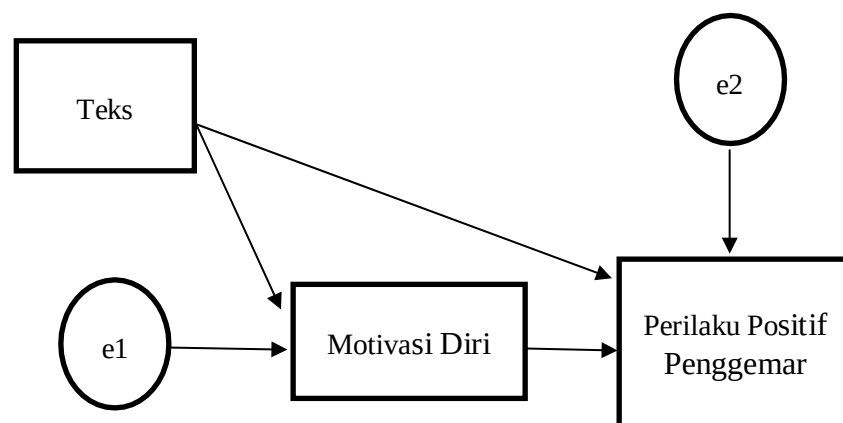
Analisis jalur membantu melihat besarnya koefisien secara langsung dari variabel terikat (X) terhadap variabel bebas (Y) dan besaran tidak langsung yang melalui variabel *intervening* (Z). Berdasarkan nilai koefisien tersebut bisa terlihat variabel mana yang memberikan pengaruh terhadap variabel terikat, baik dari yang terkecil hingga terbesar. Untuk memperjelas setiap koefisien jalur peneliti jabarkan sebagai berikut:

- P_{yx1} = koefisien jalur untuk pengaruh langsung X1 terhadap Y
- P_{yx2} = koefisien jalur untuk pengaruh langsung X2 terhadap Y
- P_{yx3} = koefisien jalur untuk pengaruh langsung X3 terhadap Y
- P_{zx1} = koefisien jalur untuk pengaruh langsung X1 terhadap Z
- P_{zx2} = koefisien jalur untuk pengaruh langsung X2 terhadap Z
- P_{zx3} = koefisien jalur untuk pengaruh langsung X3 terhadap Z
- P_{zy} = koefisien jalur untuk pengaruh langsung Z ke Y

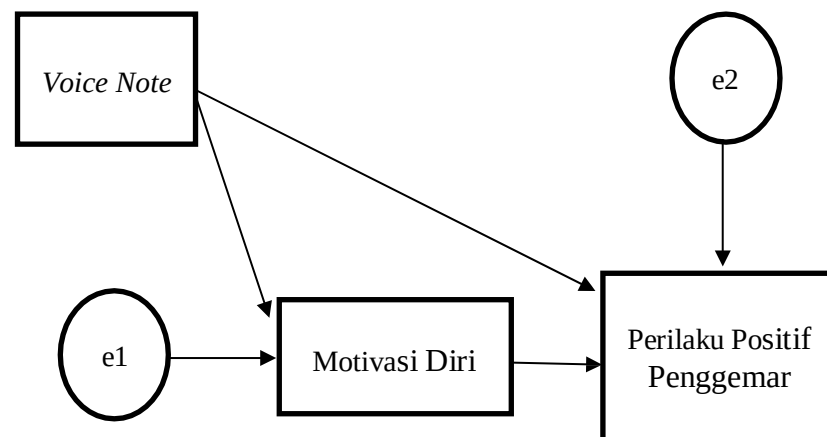
- h) Pyzx1 = koefisien jalur untuk pengaruh tidak langsung X1 ke Y melalui Z
- i) Pyzx2 = koefisien jalur untuk pengaruh tidak langsung X2 ke Y melalui Z
- j) Pyzx3 = koefisien jalur untuk pengaruh tidak langsung X3 ke Y melalui Z



Gambar 9. Model Struktur Analisis Jalur X1



Gambar 10. Model Struktur Analisis Jalur X2



Gambar 11. Model Struktur Analisis Jalur X3

Rumus untuk mengetahui pengaruh langsung adalah:

$$(\beta_{X_n Y}) \times (\beta_{X_n Y})$$

Keterangan:

β = Koefisien standardized beta

$X_n Y$ = Variabel yang akan dihitung terhadap Y

Rumus untuk mengetahui pengaruh tidak langsung adalah:

$$(\beta_{X_n Z}) \times (\beta_{X_n Y}) \times (\beta_{Z Y})$$

Keterangan:

β = Koefisien standardized beta

$X_n Z$ = Variabel yang akan dihitung terhadap Z

$X_n Y$ = Variabel yang akan dihitung terhadap Y

$Z Y$ = Z terhadap Y

Rumus pengaruh total X_n terhadap Y = Pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung

3.15 Persamaan Struktural

Selain menggunakan diagram jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, dalam analisis jalur dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang disebut persamaan struktural. Persamaan struktural menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti dan dinyatakan dalam bentuk persamaan matematika. Berdasarkan diagram jalur, model ini dapat dibuat persamaan struktural matematika sebagai berikut:

$$Z = \rho_1 x_1 + \rho_2 x_2 + \rho_3 x_3 + e_1$$

$$Y = \rho_1 x_1 + \rho_2 x_2 + \rho_3 x_3 + e_2$$

$$Y = \rho_1 x_1 + \rho_2 x_2 + \rho_3 x_3 + \rho_4 z + e_2$$

Keterangan:

Z = motivasi diri

Y = perilaku positif penggemar NCT di Lampung

X1 = *lysn Bubble* video Doyoung NCT

X2 = *lysn Bubble* teks Doyoung NCT

X3 = *lysn Bubble voice note* Doyoung NCT

ρ_1 = koefisien jalur *lysn bubble* video Doyoung NCT

ρ_2 = koefisien jalur *lysn bubble* teks Doyoung NCT

ρ_3 = koefisien jalur *lysn bubble voice note* Doyoung NCT

ρ_4 = koefisien jalur motivasi diri

e1 = residual 1

e2 = residual 2

e1 menunjukkan jumlah *variance* variabel motivasi yang tidak dijelaskan oleh variabel video, variabel teks dan variabel *voice note*. Sedangkan e2 menunjukkan jumlah *variance* variabel perilaku penggemar yang tidak dijelaskan oleh variabel motivasi, variabel video, variabel teks dan variabel *voice note*. Untuk mencari besarnya e1 dan e2 digunakan rumus:

$$e1 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$e2 = \sqrt{1 - R^2}$$

Keterangan:

e1 = residual 1

e2 = residual 2

R² = R Square (Koefisien Determinasi)

3.15.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau R² merupakan nilai yang menunjukkan sejauh mana variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X. R² (R Square) dapat dilihat pada tabel *model summary* pada hasil regresi dengan SPSS. Jumlah yang tertera dalam bentuk persentase. Hasil R² dalam bentuk persentase berarti nilai yang menunjukkan sejauh mana variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X. Sisanya (100-R²) dalam bentuk persentase merupakan nilai yang menunjukkan bahwa variabel Y dijelaskan oleh variabel lain, selain variabel X.

3.15.2 Uji Hipotesis/ Uji-t Parsial

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel secara individu (parsial) dalam menerangkan variasi variabel terikat. Jika t hitung < daripada t tabel dengan taraf signifikansi 5% maka mempunyai pengaruh yang tidak signifikan. Sebaliknya, apabila t hitung >= t tabel pada taraf signifikansi 5% maka mempunyai pengaruh yang signifikan. Selain itu, untuk menentukan hipotesis diterima atau tidak dan untuk menentukan signifikansi pengaruh yang terjadi dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Sig. atau signifikansi yang ada dalam tabel *coefficients* hasil olah data. Apabila nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dengan signifikan. Sebaliknya, jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05 maka pengaruh yang terjadi tidak signifikan.

3.15.3 Uji Simultan F

Uji F ini bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016). Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel independen/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- b. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 . Artinya, semua variabel independen/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian yang terdiri dari analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis serta pembahasan.

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini merupakan fans/NCTzen di Lampung. Penelitian dilakukan secara sukarela bagi fans yang bersedia menjadi responden penelitian. Kuesioner diberikan kepada 815 NCTzen yang tergabung dalam grup WhatsApp NCTzen Lampung. Responden tersebut terdiri dari *background* umur dan latar belakang yang bervariasi.



Gambar 12. NCTzen Lampung

4.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui beberapa hal, yang pertama pengaruh langsung video, teks, dan *voice note* terhadap motivasi diri, yang kedua pengaruh video, teks, *voice note*, dan motivasi diri terhadap perilaku positif penggemar dan yang ketiga pengaruh video, teks, dan *voice note* terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening* pada NCTzen di Lampung. NCTzen Lampung yang diambil sebagai sampel sebanyak 89 orang.

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini diantaranya meliputi umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan berapa lama menjadi fans NCT yang diperoleh berdasarkan jawaban responden dalam kuesioner yang dibagikan. Karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

1) Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur:

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
≤ 20 tahun	18	20,2
21 – 25 tahun	45	50,5
26 – 30 tahun	22	24,8
≥ 31 tahun	4	4,5
Jumlah	89	100

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan data di atas maka dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 21-25 tahun sebanyak 45 orang dengan persentase 50,5%. Sedangkan responden dengan jumlah paling sedikit adalah responden yang berumur lebih atau sama dengan 31 tahun dengan persentase 4,5%.

2) Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	2	2, 25
Perempuan	87	97,75
Jumlah	89	100

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui perbedaan yang cukup jauh antara jumlah responden laki-laki dengan responden perempuan. Berdasarkan data tabel di atas, mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase 97,75%.

3) Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar Sekolah	4	4,5
Mahasiswa	26	29, 21
Pekerja	50	56,18
Tidak Bekerja	9	10,11
Jumlah	89	100

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan data di atas, mayoritas responden adalah pekerja dengan persentase 56,18%.

4) Berapa lama menjadi fans NCT

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan berapa lama menjadi fans NCT disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Fans NCT

Berapa Lama	Frekuensi	Persentase (%)
< 1 tahun	5	5,62
1-3 tahun	36	40,45
4-7 tahun	41	46,07
> 7 tahun	7	7,86
Jumlah	89	100

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan data tabel di atas, mayoritas responden dengan lama menjadi fans selama 4-7 tahun dengan persentase 46,07%.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Pengujian ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan multikolinieritas yaitu nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2016). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,10 maka dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas.

Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas yang dilakukan terhadap variabel penelitian:

Persamaan 1:

Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.666	1.457		3.202	.002		
	Video	.078	.079	.092	.980	.330	.419	2.388
	Teks	.383	.052	.810	7.430	<.001	.309	3.240
	Voice Note	-.055	.094	-.062	-.584	.560	.328	3.051

a. Dependent Variable: Motivasi

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa:

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Video	0,419	2,388	Bebas Multikolinearitas
Teks	0,309	3,240	Bebas Multikolinearitas
Voice Note	0,328	3,051	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Persamaan 2:

Tabel 18. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.051	2.810		-.730	.467		
	Video	.185	.145	.110	1.273	.206	.414	2.415
	Teks	.340	.121	.363	2.824	.006	.187	5.345
	Voice Note	.291	.172	.165	1.694	.094	.326	3.063
	Motivasi	.611	.198	.308	3.091	.003	.311	3.211

a. Dependent Variable: Perilaku Penggemar

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa:

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Video	0,414	2,415	Bebas Multikolinearitas
Teks	0,187	5,345	Bebas Multikolinearitas
<i>Voice Note</i>	0,326	3,063	Bebas Multikolinearitas
Motivasi	0,311	3,211	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan uji multikolinieritas yang dilakukan terhadap variabel video, teks, *voice note*, dan motivasi diri diperoleh data seperti yang ada dalam tampilan tabel di atas. Hasil perhitungan dari SPSS menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antarvariabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain di dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila homoskedastisitas artinya *variance* dari *residual* pengamatan satu ke pengamatan lain tetap. Jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*, tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,05 atau 5%. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05 maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.

Persamaan 1:**Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.341	.858		1.563	.122
	Video	-.053	.044	-.192	-1.200	.233
	Teks	.039	.030	.247	1.293	.199
	Voice Note	-.021	.055	-.070	-.378	.706

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa:

Variabel	Sig	Keterangan
Video	0,233	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Teks	0,199	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Voice Note	0,706	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Persamaan 2:**Tabel 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.656	1.497		-1.775	.080
	Video	.002	.065	.004	.025	.980
	Teks	-.057	.064	-.207	-.887	.378
	Voice Note	.167	.091	.321	1.833	.070
	Motivasi	.153	.106	.262	1.440	.154

a. Dependent Variable: Abs_Res2

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa:

Variabel	Sig	Keterangan
Video	0,980	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Teks	0,378	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Voice Note	0,070	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Motivasi	0,154	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui uji *glejser* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi setiap variabel independen berada di atas atau lebih tinggi dibandingkan dengan nilai signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel independen yang digunakan pada penelitian ini.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat distribusi normal antara variabel terikat dan variabel bebas. Apabila distribusi data normal atau mendekati normal, berarti model regresi adalah baik. Pengujian untuk menentukan data terdistribusi normal atau tidak, digunakan cara uji statistik non-parametrik. Uji statistik non-parametrik yang digunakan adalah uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (1-Sample K-S)*. Apabila hasilnya menunjukkan nilai probabilitas signifikan di atas 0,05 maka variabel terdistribusi normal. Hasilnya sebagai berikut:

Persamaan 1:**Tabel 21. Hasil Uji Normalitas Persamaan 1**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.71651134
Most Extreme Differences	Absolute		.077
	Positive		.077
	Negative		-.045
Test Statistic			.077
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.213
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.202
		Upper Bound	.224

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Dari data output SPSS persamaan 1 di atas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal.

Persamaan 2:**Tabel 22. Hasil Uji Normalitas Persamaan 2**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.10860872
Most Extreme Differences	Absolute		.080
	Positive		.044
	Negative		-.080
Test Statistic			.080
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.166
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.157
		Upper Bound	.176

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Dari data output SPSS persamaan 2 di atas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal.

d. Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik.

Untuk menentukan terjadi linearitas atau tidak adalah dengan cara melihat kolom Sig. pada baris Linearity di Anova Table, jika nilainya $> 0,05$ maka bersifat linear, selain itu juga bisa dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel, yakni jika F hitung $< F$ tabel maka bersifat linear sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat linearitas.

Tabel 23. Hasil Uji Linearitas

Model	Harga F		Sig.	Keterangan
	Hitung	Tabel (5%)		
MOV*Vid	1,554	2,987	0,261	Linear
MOV*Txt	1,658	1,771	0,072	Linear
MOV*VN	1,308	1,648	0,187	Linear
PP*Vid	2,286	3,286	0,124	Linear
PP*Txt	0,811	1,771	0,755	Linear
PP*VN	1,354	1,648	0,158	Linear
PP*MOV	0,876	3,722	0,654	Linear

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan uji linearitas dapat diketahui bahwa variabel video, teks, *voice note*, motivasi diri, dan perilaku positif penggemar menghasilkan nilai signifikansi di atas 0,05 atau F hitung kurang dari F tabel, maka dapat disimpulkan data berbentuk fungsi linear.

4.2.3 Pengujian Hipotesis

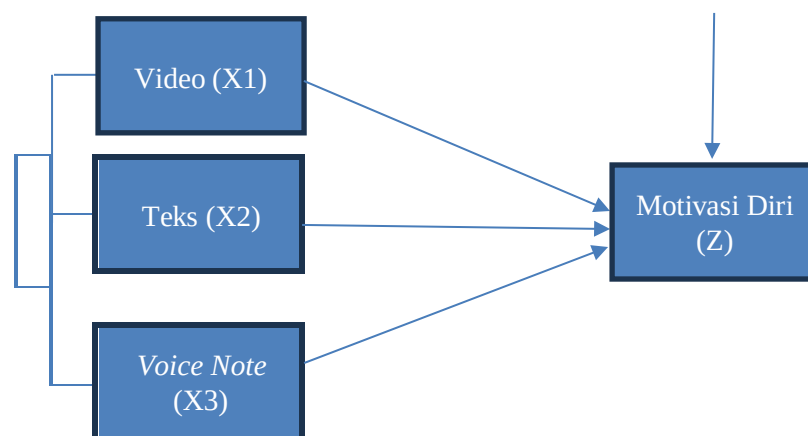
Hipotesis merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang dirumuskan dan akan diteliti dalam penelitian. Oleh karena itu, perlu adanya pembuktian terhadap kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan tersebut.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini pada dasarnya menggunakan dua teknik dasar, yaitu analisis jalur dan uji simultan. Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan pengujian hipotesis digunakan istilah/singkatan sebagai berikut :

1. PP = Perilaku positif penggemar
2. MOV = Motivasi diri
3. Vid = Video
4. Txt = Teks
5. VN = *Voice Note*

Penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis 1, 2, dan 3 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.2.3.1 Analisis Model 1:



Gambar 13. Ilustrasi Analisis Model 1

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi model 1 ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan secara simultan antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel *intervening* Z.

Tabel 24. Koefisien Determinasi Analisis Model 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.689	.678	1.74654

a. Predictors: (Constant), Voice Note, Video, Teks

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai R Square sebesar 0,689 atau sama dengan 68,9% ($0,689 \times 100\%$). Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel video *Lysn Bubble Doyoung NCT* (X1), teks *Lysn Bubble Doyoung NCT* (X2) dan *voice note Lysn Bubble Doyoung NCT* (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel motivasi diri (Z) yaitu sebesar 68,9% sedangkan sisanya 31,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji-t Parsial

Uji-t parsial dilakukan untuk menguji atau tidaknya pengaruh secara parsial yang diberikan variabel X terhadap Z secara masing-masing. Dasar pengambilan keputusan dalam Uji-t parsial yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Z.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Z.

Berikut adalah hipotesis Uji-t parsial dalam penelitian ini:

Tabel 25. Uji-t Model 1

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.666	1.457		3.202	.002
	Video	.078	.079	.092	.980	.330
	Teks	.383	.052	.810	7.430	.000
	Voice Note	-.055	.094	-.062	-.584	.560

a. Dependent Variable: Motivasi Diri

Sumber: Diolah peneliti, 2024

1) Hipotesis 1

H1 : Ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.

H0₁ : Tidak ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi video (X1) sebesar 0,330 > 0,05 yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara video *Lysn Bubble* Doyoung NCT (X1) terhadap motivasi diri (Z). Apabila dibaca melalui T tabel yang mana dengan syarat jika hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis diterima. Dalam hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan angka 0,980 angka ini lebih kecil dari t tabel 1,992 sehingga dapat disimpulkan bahwa **H1 ditolak dan tidak ada besaran pengaruh dari video *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri.**

Rumus mencari t tabel:

$$DF = N - K - 1$$

$$\begin{aligned} DF &= 89 - 3 - 1 \\ &= 85 \end{aligned}$$

T tabel = 1,992 (*two tailed*)

2) Hipotesis 2

H2 : Ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.

H0₂ : Tidak ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi teks (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara teks *Lysn Bubble* Doyoung NCT (X2) terhadap motivasi diri (Z). Apabila dibaca melalui T tabel yang mana dengan syarat jika hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis diterima. Dalam hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan angka 7,430 angka ini lebih besar dari t tabel 1,992 sehingga dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima dan ada besaran pengaruh dari teks *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri.**

3) Hipotesis 3

H3 : Ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.

H0₃ : Tidak ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap motivasi diri penggemar.

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi *voice note* (X3) sebesar $0,560 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *voice note Lysn Bubble Doyoung NCT* (X3) terhadap motivasi diri (Z). Apabila dibaca melalui T tabel yang mana dengan syarat jika hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis diterima. Dalam hasil uji t diatas menunjukkan angka -0,584 angka ini lebih kecil dari t tabel 1,666 sehingga disimpulkan bahwa **H3 ditolak dan tidak ada besaran pengaruh dari *voice note Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap motivasi diri.**

Rumus mencari t tabel:

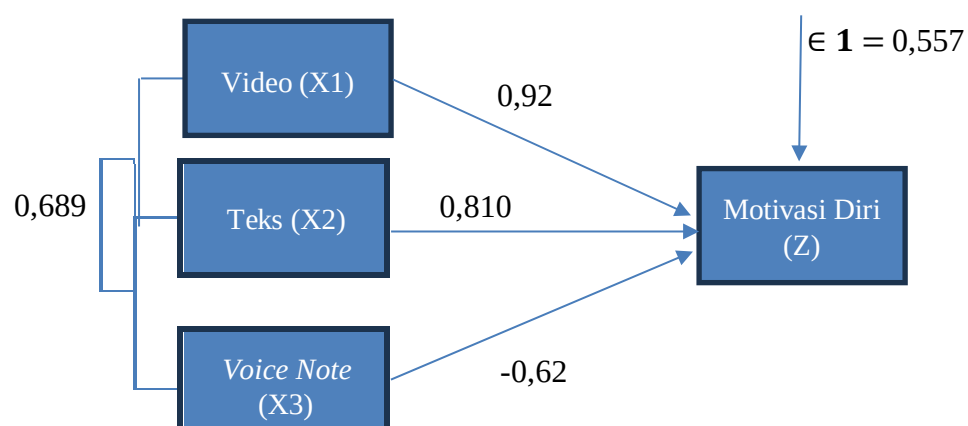
$$DF = N - K - 1$$

$$DF = 89 - 3 - 1$$

$$= 85$$

T tabel = 1,666 (*one tailed*)

$$\begin{aligned} \epsilon 1 &= \sqrt{1 - R^2} \\ &= \sqrt{1 - 0,689} \\ &= 0,557 \end{aligned}$$



Gambar 14. Hasil Analisis Model 1

Pada uji t terdapat nilai signifikan dari variabel video dan *voice note* sebesar 0,330 dan 0,560 yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan, sehingga untuk memudahkan penelitian ini dibantu dengan metode *trimming*. Analisis jalur model *trimming* adalah model yang digunakan untuk memperbaiki struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan. Walaupun ada satu, dua, atau lebih variabel yang tidak signifikan, peneliti perlu memperbaiki model struktur jalur yang telah dihipotesiskan. Cara menggunakan model *trimming* yaitu menghitung ulang koefisien jalur tanpa menyertakan variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan (Riduwan & Achmad, 2012). Adapun perhitungan setelah *trimming* sebagai berikut:

c. Koefisien Determinasi Setelah *Trimming*

Tabel 26. Koefisien Determinasi Analisis Model 1 (*Trimming*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.995 ^a	.990	.990	.26054

a. Predictors: (Constant), Teks

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Tabel 27. Uji-t Model 1 (*Trimming*)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.000	.202		24.728	.000
Teks	.391	.004	.995	91.632	.000

a. Dependent Variable: Motivasi Diri

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Nilai signifikan X^2 $0,00 < 0,05$ artinya variabel X^2 memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Z .

Pengaruh variabel X^2 terhadap Z diperoleh:

$$Z = \rho_{zx^2} \times \rho_{zx^2}$$

$$= 0,995 \times 0,995 = 0,9900 = 99\%$$

$$\epsilon_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,990} = \sqrt{0,01} = 0,1 = 10\%$$

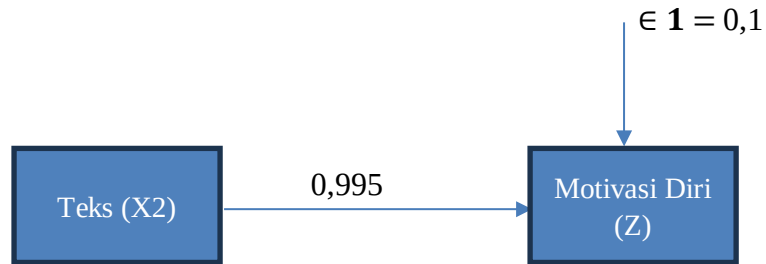
$$\text{Pengaruh total variabel } Z = \rho_{zx^2} + \epsilon_1 = 99\% + 10\% = 109\%$$

Tabel 28. Total Pengaruh Model Analisis 1 (*Trimming*)

No.	Variabel	Nilai ρ	Pengaruh
1.	ρ_{zx^2}	0,990	99%
2.	ϵ_1	0,1	10%
Total		1,09	109%

Pengaruh total dari analisis model 1 setelah *trimming* adalah 109% atau dibulatkan menjadi 100%

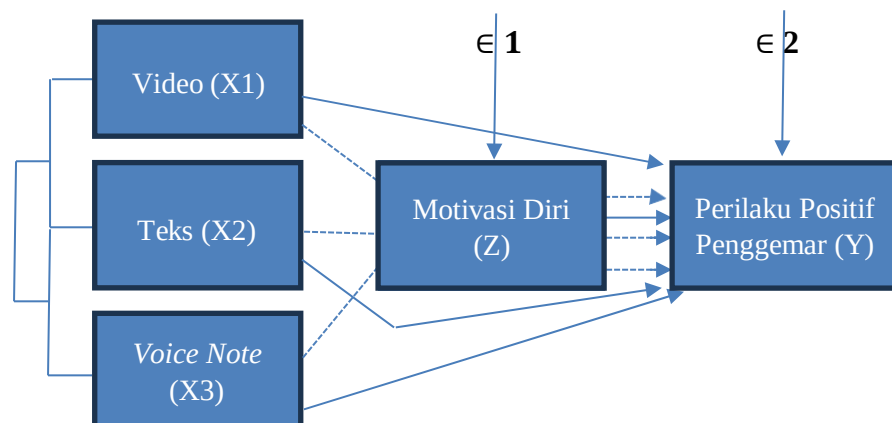
Sumber: Diolah peneliti, 2024



Gambar 15. Hasil Analisis Model 1 (*Trimming*)

Penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis 4 hingga 10 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.2.3.2 Analisis Model 2:



Gambar 16. Ilustrasi Analisis Model 2

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi model 2 ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan secara simultan antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel Y.

Tabel 29. Koefisien Determinasi Analisis Model 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.728	3.18176

a. Predictors: (Constant), Motivasi Diri, Video, Voice Note, Teks

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai R Square sebesar 0,740 atau sama dengan 74% ($0,740 \times 100\%$). Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel video *Lysn Bubble Doyoung NCT* (X1), teks *Lysn Bubble Doyoung NCT* (X2), *voice note Lysn Bubble Doyoung NCT* (X3), dan motivasi diri (Z) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel perilaku positif penggemar (Y) yaitu sebesar 74% sedangkan sisanya 26% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji-t Parsial

Uji-t parsial dilakukan untuk menguji atau tidaknya pengaruh secara parsial yang diberikan variabel X terhadap Y secara masing-masing. Dasar pengambilan keputusan dalam Uji-t parsial yaitu:

- 3) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y.
- 4) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y.

Berikut adalah hipotesis Uji-t parsial dalam penelitian ini:

Tabel 30. Uji-t Model 2

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-2.051	2.810		-.730
	Video	.185	.145	.110	1.273
	Teks	.340	.121	.363	2.824
	Voice Note	.291	.172	.165	1.694
	Motivasi Diri	.611	.198	.308	3.091

a. Dependent Variable: Perilaku Positif Penggemar

Sumber: Diolah peneliti, 2024

1) Hipotesis 4

H4 : Ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.

H04 : Tidak ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi video (X1) sebesar 0,206 > 0,05 yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara video *Lysn Bubble* Doyoung NCT (X1) terhadap perilaku positif penggemar (Y). Apabila dibaca melalui T tabel yang mana dengan syarat jika hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis diterima. Dalam hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan angka 1,273 angka ini lebih kecil dari t tabel 1,992 sehingga dapat disimpulkan bahwa **H4 ditolak dan tidak ada besaran pengaruh dari video *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.**

Rumus mencari t tabel:

$$DF = N - K - 1$$

$$DF = 89 - 3 - 1$$

$$= 85$$

T tabel = 1,992 (*two tailed*)

2) Hipotesis 5

H5 : Ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.

H0₅ : Tidak ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi teks (X2) sebesar 0,006 < 0,05 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara teks *Lysn Bubble* Doyoung NCT (X2) terhadap perilaku positif penggemar (Y). Apabila dibaca melalui T tabel yang mana dengan syarat jika hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis diterima. Dalam hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan angka 2,824 angka ini lebih besar dari t tabel 1,992 sehingga dapat disimpulkan bahwa **H5 diterima dan ada besaran pengaruh dari teks *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.**

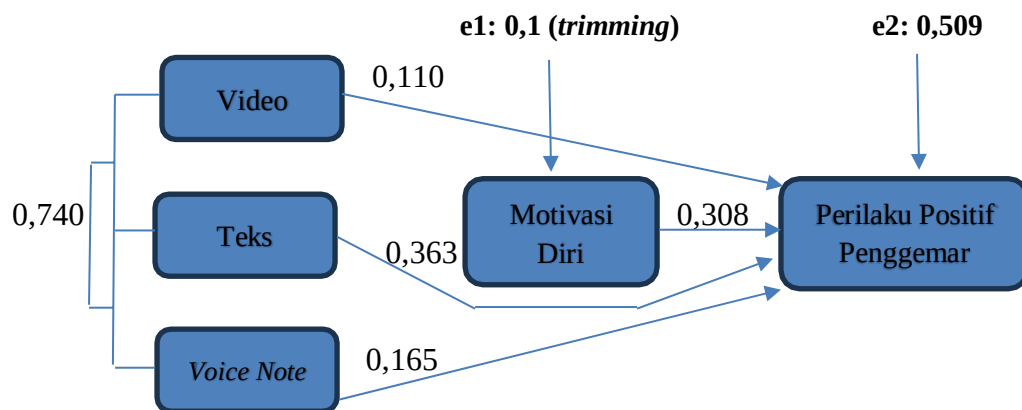
3) Hipotesis 6

H6 : Ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.

H0₆ : Tidak ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar.

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi *voice note* (X3) sebesar $0,094 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *voice note Lysn Bubble Doyoung NCT* (X3) terhadap perilaku positif penggemar (Y). Apabila dibaca melalui T tabel yang mana dengan syarat jika hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis diterima. Dalam hasil uji t diatas menunjukkan angka 1,694 angka ini lebih kecil dari t tabel 1,992 sehingga disimpulkan bahwa **H6 ditolak dan tidak ada besaran pengaruh dari *voice note Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar.**

$$\begin{aligned} e2 &= \sqrt{1 - R^2} \\ &= \sqrt{1 - 0,740} \\ &= \sqrt{0,26} \\ &= 0,509 \end{aligned}$$



Gambar 17. Hasil Analisis Model 2

Pada uji t terdapat nilai signifikan dari variabel video dan *voice note* sebesar 0,206 dan 0,094 yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan, oleh karena itu untuk hipotesis 7 dan 9 dengan rincian sebagai berikut:

4) Hipotesis 7 & 9

H7 : Ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H0₇ : Tidak ada besaran pengaruh video dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H9 : Ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H0₉ : Tidak ada besaran pengaruh *voice note* dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H7 ditolak dan tidak ada besaran pengaruh dari video *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H9 ditolak dan tidak ada besaran pengaruh dari *voice note* *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

Sehingga untuk membuktikan hipotesis 8 dalam penelitian ini dibantu dengan metode *trimming* seperti pada analisis model 1. Adapun perhitungan setelah *trimming* sebagai berikut:

c. Koefisien Determinasi Setelah *Trimming*

Tabel 31. Koefisien Determinasi Analisis Model 2 (*Trimming*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.720	.714	3.26404

a. Predictors: (Constant), Motivasi Diri, Teks

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Tabel 32. Uji-t Model 2 (*Trimming*)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.151	2.726		.956
	Teks	.534	.095	.570	.000
	Motivasi Diri	.624	.201	.314	.003

a. Dependent Variable: Perilaku Positif Penggemar

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Nilai signifikan X^2 $0,000 < 0,05$ dan nilai signifikan Z $0,003 < 0,05$ artinya variabel X^2 dan Z memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y .

1) Hipotesis 8

H8 : Ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble Doyoung* NCT terhadap perilaku penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

H0₈ : Tidak ada besaran pengaruh teks dari *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.

Pengaruh variabel X2 terhadap Y diperoleh:

$$\begin{aligned} Y &= r_{yx2} \times r_{yx2} \\ &= 0,570 \times 0,570 \\ &= 0,324 = 32,4\% \end{aligned}$$

Pengaruh variabel Z terhadap Y diperoleh:

$$\begin{aligned} Y &= r_{zy} \times r_{zy} \\ &= 0,314 \times 0,314 \\ &= 0,098 = 9,8\% \end{aligned}$$

Pengaruh variabel X2 terhadap Y melalui Z diperoleh:

$$\begin{aligned} Y &= r_{yx2} \times r_{zx2} \times r_{zy} \\ &= 0,570 \times 0,995 \times 0,314 \\ &= 0,178 = 17,8\% \end{aligned}$$

Maka pengaruh total yang diberikan X2 terhadap Y melalui Z
 = pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung
 = 0,324 + 0,178 = 0,502

Berdasarkan hasil diatas, nilai pengaruh langsung 0,324 dan total pengaruh tidak langsung 0,502 yang berarti nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan secara tidak langsung X2 terhadap Y melalui Z mempunyai pengaruh signifikan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa **H8 diterima dan ada besaran pengaruh dari teks *Lysn Bubble* Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri sebagai variabel *intervening*.**

$$\epsilon 2 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,720} = \sqrt{0,28} = 0,529 = 52,9\%$$

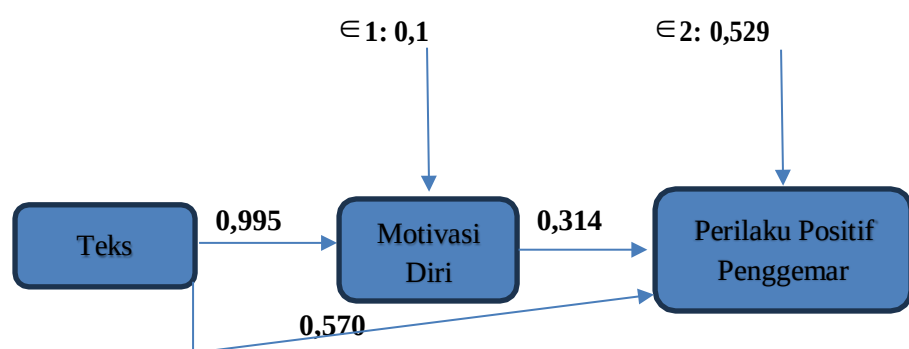
Pengaruh total variabel Y = $\rho_{yx2} + \rho_{zy} + \rho_{zyx2} + \epsilon 2 = 32,4\% + 9,8\% + 17,8\% + 52,9\% = 112,9\%$

Tabel 33. Total Pengaruh Model Analisis 2 (*Trimming*)

No.	Variabel	Nilai ρ	Pengaruh
1.	ρ_{yx2}	0,324	32,4%
2.	ρ_{zy}	0,098	9,8%
3.	ρ_{zyx2}	0,178	17,8%
4.	$\epsilon 2$	0,529	52,9%
Total		1,129	112,9%

Pengaruh total dari analisis model 2 setelah *trimming* adalah 112,9% atau dibulatkan menjadi 100%

Sumber: Diolah peneliti, 2024



Gambar 18. Hasil Analisis Model 2 (*Trimming*)

2) Hipotesis 10

Berikut hasil Uji F pada tabel anova sebagai berikut:

Model 1:

Tabel 34. Model 1 Hasil Tabel Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	573.160	3	191.053	62.632	.000 ^a
	Residual	259.284	85	3.050		
	Total	832.444	88			

a. Predictors: (Constant), Voice Note, Video, Teks

b. Dependent Variable: Motivasi Diri

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Model 2:

Tabel 35. Model 2 Hasil Tabel Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2423.410	4	605.853	59.845	.000 ^a
	Residual	850.383	84	10.124		
	Total	3273.794	88			

a. Predictors: (Constant), Motivasi Diri, Video, Voice Note, Teks

b. Dependent Variable: Perilaku Positif Penggemar

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Pada tabel output ANOVA model 1 dan 2 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang dimana berarti nilai Sig. $F < 0,05$. Uji koefisien determinasi (simultan) R Square model 1 sebesar 0,689 atau 68,9% model 2 sebesar 0,740 atau 74%. Jadi terdapat pengaruh yang kuat antara variabel video (X1), teks (X2), *voice note* (X3), dan motivasi diri (Z) terhadap perilaku positif penggemar (Y).

Dapat disimpulkan bahwa H10 diterima yang artinya variabel video (X1), teks (X2), *voice note* (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen perilaku positif penggemar NCT (Y) melalui motivasi diri (Z).

4.3 Pembahasan

Dari hasil perhitungan uji analisis path dan simultan diatas, kemudian jika ditinjau menggunakan *Social Learning Theory* yang dimana menurut Bandura pembelajaran dapat terjadi hanya dengan mengamati tindakan orang lain (Fryling et al., 2011). Ada tiga konsep inti yang mendasari teori pembelajaran sosial. **Pertama adalah gagasan bahwa orang dapat belajar melalui observasi. Kedua adalah gagasan bahwa kondisi mental internal merupakan bagian penting dari proses ini. Ketiga, teori ini mengakui bahwa hanya karena sesuatu telah dipelajari, tidak berarti hal tersebut akan mengakibatkan perubahan perilaku.**

Bandura mengidentifikasi tiga model dasar pembelajaran observasional:

- a. Model hidup, melibatkan individu aktual yang mendemonstrasikan atau memerankan suatu perilaku.
- b. Model simbolis, melibatkan karakter nyata atau fiksi yang menampilkan perilaku dalam buku, film, program tv, atau media online.
- c. Model instruksional verbal, yang melibatkan deskripsi dan penjelasan suatu perilaku.

Adapun penerapannya dalam penelitian:

1. Pengaruh Video dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap Motivasi Diri Penggemar NCT

Pengujian hipotesis pertama menunjukkan nilai uji t yang dilakukan di analisis model 1 yang mana didapatkan nilai signifikansi $0,330 > 0,05$ yang berarti H_{01} diterima dan H_1 ditolak, setelah di uji dengan menggunakan t tabel yang mana diperoleh nilai t tabel lebih besar dari t hitung $1,992 > 0,980$ sehingga **tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara postingan video dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap motivasi diri penggemar NCT**. Video yang baik dan efektif akan mampu menciptakan motivasi yang baik juga. Berdasarkan hasil *interview* kepada para responden mengenai isi video, responden mengungkapkan isi video dari *Lysn Bubble Doyoung* sangat random. Terkadang Doyoung hanya mengirim video pemandangan, video makanan, video menyanyi atau hal lainnya. Terlebih lagi responden mengatakan video juga jarang sekali Doyoung kirimkan melalui *Lysn Bubble*. Hal ini dikarenakan diantara 3 variabel independen dalam penelitian ini, 100% responden mengatakan teks sebagai variabel yang paling sering dikirimkan Doyoung melalui *Lysn Bubble*.

Dalam teori pembelajaran sosial terkadang kita mampu mempelajari sesuatu meskipun pembelajaran tersebut tidak langsung terlihat jelas. Meskipun para penganut behavioris percaya bahwa pembelajaran menyebabkan perubahan permanen dalam perilaku, tetapi dalam pembelajaran observasional menunjukkan bahwa orang dapat mempelajari informasi baru tanpa menunjukkan perilaku baru (Fryling et al., 2011). Bisa dikatakan variabel video ini jika dikirimkan hanya memberikan efek menghibur, tetapi ketika isi video yang dikirimkan memiliki makna atau pesan mendalam dengan kalimat positif adakalanya juga mampu memberikan motivasi kepada penggemar.

Sehingga dapat disimpulkan video bisa saja mempengaruhi motivasi diri tetapi karena intensitas mengirimnya sedikit dan tidak selalu mengandung kata positif yang mampu mendorong motivasi diri, hal inilah yang menyebabkan variabel video tidak signifikan. Mungkin akan berbeda jika dikemudian hari intensitas video yang dikirimkan lebih sering dan banyak memiliki makna yang mendalam tidak menutup kemungkinan variabel video bisa memiliki pengaruh signifikan.

2. Pengaruh Teks dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap Motivasi Diri Penggemar NCT

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan nilai uji t yang dilakukan di analisis model 1 yang mana didapatkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima, setelah di uji dengan menggunakan t tabel yang mana diperoleh nilai t tabel lebih kecil dari t hitung $1,992 < 7,430$ sehingga **terdapat pengaruh yang signifikan antara postingan teks dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap motivasi diri penggemar NCT**. Berdasarkan hasil *interview* kepada para responden mengenai isi teks, kebanyakan jawaban dari responden mengungkapkan isi teks dari *Lysn Bubble Doyoung* sangat memberikan motivasi dikarenakan mengandung hal positif (*words of affirmation*). Adapun beberapa contohnya yakni seperti: “terus bahagia”, “*you’ve worked hard today*”, “kalian semua itu cantik di mata orang yang tepat”, “tidak apa-apa jika gagal itu berarti baru dimulai, jangan menyerah karna gagal”, “meski kamu merasa sedih, jangan pernah putus asa, meski kamu terjatuh, jangan pernah hancur”. Kalimat-kalimat ini adalah hanya sebagian contoh kecil dari banyaknya kalimat positif yang tercipta melalui *Lysn Bubble*. Terlebih lagi diantara 3 variabel independen dalam penelitian ini, 100% responden mengatakan teks sebagai variabel yang paling sering dikirimkan Doyoung melalui *Lysn Bubble*. Oleh karena itu, teks merupakan satu faktor yang kuat mempengaruhi motivasi diri.

Seperti dalam penelitian (Lutfiah Al Hanif et al., 2022) yang menyatakan pesan dalam *Lysn Bubble* memiliki peran yang begitu besar dalam pembentukan dan perkembangan hubungan interpersonal yang dirasakan penggemar, sebuah pesan yang menyentuh afeksi memiliki kekuatan untuk menimbulkan minat (motivasi diri).

3. Pengaruh *Voice Note* dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap Motivasi Diri Penggemar NCT

Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan nilai uji t yang dilakukan di analisis model 1 yang mana didapatkan nilai signifikansi $0,560 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_3 ditolak, setelah di uji dengan menggunakan t tabel yang mana diperoleh nilai t tabel lebih besar dari t hitung $1,666 > -0,584$ sehingga **tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara postingan *voice note* dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap motivasi diri penggemar NCT.** *Voice note* yang baik dan efektif akan mampu menciptakan motivasi yang baik juga. Berdasarkan hasil *interview* kepada para responden mengenai isi *voice note*, responden mengungkapkan isi *voice note* dari *Lysn Bubble Doyoung* sangat tak menentu. Terkadang Doyoung hanya mengirim *voice note* menyanyi atau sapaan singkat. Terlebih lagi responden mengatakan *voice note* juga jarang sekali Doyoung kirimkan melalui *Lysn Bubble*.

Motivasi memainkan peran penting dalam menentukan apakah suatu perilaku akan dipelajari atau tidak (Fryling et al., 2011). Bisa dikatakan variabel *voice note* dalam penelitian ini tidak mempengaruhi motivasi diri karena intensitas mengirimnya sedikit dan tidak selalu mengandung kata penyemangat positif. Jika dikemudian hari intensitas *voice note* yang dikirimkan lebih sering dan positif tidak menutup kemungkinan variabel *voice note* bisa memiliki pengaruh signifikan.

4. Pengaruh Video *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap Perilaku Positif Penggemar NCT

Pengujian hipotesis keempat menunjukkan nilai uji t yang dilakukan di analisis model 2 yang mana didapatkan nilai signifikansi $0,206 > 0,05$ yang berarti H_{04} diterima dan H_4 ditolak, setelah di uji dengan menggunakan t tabel yang mana diperoleh nilai t tabel lebih besar dari t hitung $1,992 > 1,273$ sehingga **tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara postingan video dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar NCT**. Hasil ini selaras dengan pembahasan hasil dari hipotesis pertama dan jika ditelaah dalam teori Bandura, salah satu dari lima hasil *modelling* adalah memperkuat atau memperlemah hambatan (Bandura, 1986). Menurut (Putri Maharddika, 2022), interaksi melalui *Lysn* memiliki hambatan, dalam penelitian ini hambatan terjadi dikarenakan intensitas video yang jarang dikirimkan dan tidak selalu memiliki makna positif.

5. Pengaruh Teks *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap Perilaku Positif Penggemar NCT

Pengujian hipotesis kelima menunjukkan nilai uji t yang dilakukan di analisis model 2 yang mana didapatkan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ yang berarti H_{05} ditolak dan H_5 diterima, setelah di uji dengan menggunakan t tabel yang mana diperoleh nilai t tabel lebih kecil dari t hitung $1,992 < 2,824$ sehingga **terdapat pengaruh yang signifikan antara teks dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar NCT**. Berdasarkan hasil *interview* kepada para responden mengenai isi teks dari *Lysn Bubble Doyoung* sangat mempengaruhi perilaku positif penggemar dikarenakan banyak mengandung *words of affirmation*.

Isi teks Doyoung yang diutarakan para responden yakni seperti: “kejarlah mimpimu, jangan biarkan hal itu berlalu begitu saja”, “kamu harus belajar mencintai dirimu sendiri, sebelum memberikan cinta untuk orang lain”, “*you're the main character in your own life*”, “berjalanlah dengan kecepatanmu sendiri”.

Kalimat-kalimat ini pada akhirnya menimbulkan salah satu tahap *modelling* dari Bandura dalam (Janet, 2018), yakni seseorang belajar melalui proses observasi atau pengamatan terhadap orang yang dianggap memiliki nilai lebih dibanding dirinya. Kemudian bergerak menggunakan bakat istimewa yaitu kesanggupan untuk belajar dari semua pengalaman yang telah dimiliki dan diperoleh. Secara alamiah, penggemar akan memilah mana yang sanggup mereka adaptasi kemudian ditiru dan diimplementasikan dalam kehidupan individu penggemar. Seperti dalam penelitian (L. Putri, 2020) yang mengungkapkan dari *Korea Wave* memberikan pengaruh pada perilaku positif diantaranya yakni menjadi mandiri, kreatif dan membuat seseorang lebih semangat dalam menjalani hari.

6. Pengaruh Voice Note Lysn Bubble Doyoung NCT terhadap Perilaku Positif Penggemar NCT

Pengujian hipotesis keenam menunjukkan nilai uji t yang dilakukan di analisis model 2 yang mana didapatkan nilai signifikansi $0,094 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_6 ditolak, setelah di uji dengan menggunakan t tabel yang mana diperoleh nilai t tabel lebih besar dari t hitung $1,992 > 1,694$ sehingga **tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara voice note dari Lysn Bubble Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar NCT**. Meskipun pengamatan terhadap orang lain dapat mengajarkan kita bagaimana melakukan sesuatu, tapi mungkin kita tidak memiliki keinginan untuk melakukan tindakan yang dibutuhkan.

Reinforcement dapat memainkan beberapa peran dalam *modelling*. Bila mengantisipasi naluri kita akan diperkuat untuk meniru tindakan-tindakan seorang model. Kita mungkin akan lebih termotivasi untuk memperhatikan, mengingat dan mereproduksi perilaku itu (Bandura, 1986).

Hal ini tidak terjadi dikarenakan variabel *voice note* yang jarang dikirimkan dan jarang mengandung *word of affirmation*, menjadi tidak mampu memperkuat penggemar untuk meniru dan menghasilkan perilaku.

7. Pengaruh Video *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap Perilaku Positif Penggemar NCT melalui Motivasi Diri

Pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan nilai uji t yang dilakukan di analisis model 2 yang mana didapatkan nilai signifikansi $0,206 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_7 ditolak, setelah di uji dengan menggunakan t tabel yang mana diperoleh nilai t tabel lebih besar dari t hitung $1,992 > 1,273$ sehingga **tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara postingan video dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar NCT melalui motivasi diri.** Melalui penelitian (Prihantony et al., 2021) motivasi atas sebuah perilaku tidak bisa digeneralisir, harus memperhatikan konteks yang dihadapi oleh individu dan berdasarkan dorongan dalam diri. Dalam konteks ini variabel video tidak mampu memberikan dorongan dalam diri penggemar untuk menghasilkan motivasi maupun perilaku.

8. Pengaruh Teks *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap Perilaku Positif Penggemar NCT melalui Motivasi Diri

Pengujian hipotesis kedelapan menunjukkan nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari nilai pengaruh langsung yakni $0,502 > 0,324$ yang berarti H_0 ditolak dan H_8 diterima, sehingga **terdapat pengaruh yang signifikan variabel teks dari *Lysn Bubble Doyoung NCT* terhadap perilaku positif penggemar NCT melalui motivasi diri.**

Berdasarkan hasil *interview*, isi teks banyak mengandung *word of affirmation*, adapun beberapa contoh seperti: “bahkan jika kamu tidak berpikir kamu menyelesaikan sesuatu dengan baik, suatu hari hasil dari usaha mu itu pasti tetap akan datang, jangan gugup dan khawatir, percaya diri”,

“nyatanya berharap pada manusia adalah hal bodoh yang disengaja”, “ketika kamu memiliki ribuan alasan untuk menangis, kamu harus memiliki setidaknya satu alasan untuk tersenyum”, “kamu berharga, jadi harus menyayangi diri kamu”, “*even if you're not confident, you're still a precious person*”.

Dari mengamati orang lain seseorang membentuk gagasan tentang bagaimana perilaku baru dilakukan. Pada kesempatan berikutnya, informasi berkode ini berfungsi sebagai panduan untuk bertindak (Bandura, 1986). Kalimat positif ini disimpan dalam memori penggemar. Dalam (Prayukti, 2022) frekuensi melakukan komunikasi melalui aplikasi berbasis chat seperti layanan *Lysn* paling mempengaruhi afektif penggemar. Kemudian setelah afektif, tahap terakhir adalah fase merasa mampu melakukannya sehingga lahir perilaku adaptasi dari tingkah laku Doyoung NCT yang tercermin melalui pesan teks *Lysn Bubble*.

9. Pengaruh Voice Note Lysn Bubble Doyoung NCT terhadap Perilaku Positif Penggemar NCT melalui Motivasi Diri

Pengujian hipotesis kesembilan menunjukkan nilai uji t yang dilakukan di analisis model 2 yang mana didapatkan nilai signifikansi $0,094 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, setelah di uji dengan menggunakan t tabel yang mana diperoleh nilai t tabel lebih besar dari t hitung $1,992 > 1,694$ sehingga **tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara voice note dari Lysn Bubble Doyoung NCT terhadap perilaku positif penggemar melalui motivasi diri**. Teori belajar sosial berusaha menjelaskan tingkah laku manusia dari segi interaksi *feedback* yang berkesinambungan antara faktor kognitif, tingkah laku, dan faktor lingkungan (Bandura, 1986). Dalam penelitian ini dari jarangya intensitas mengirim serta dari kerandoman isi *voice note*, maka variabel *voice note* hanya mampu mempengaruhi kognitif dari penggemar. Yakni sebatas persepsi, pikiran, ingatan, dan pengolahan informasi.

10. Pengaruh simultan Video, Teks, Voice Note Lysn Bubble Doyoung NCT terhadap Perilaku Positif Penggemar melalui Motivasi Diri

Pengujian hipotesis kesepuluh menunjukkan tabel ANOVA untuk model 1 dan 2 memiliki nilai signifikansi 0,000 artinya variabel video, teks, *voice note*, dan motivasi diri secara bersama-sama mampu mempengaruhi perilaku positif penggemar. Besaran R Square model 1 68,9% dan model 2 yakni 74%.

Dari 89 responden setengahnya menjawab interaksi parasosial melalui *Lysn Bubble* tidak memberikan pengaruh negatif bagi mereka karena mereka memiliki kontrol (kesadaran diri) untuk memfilter apa yang mereka lihat, sisanya responden menjawab dari segi biaya langganan aplikasi tersebut cukup menguras kantong. Beberapa ada yang menjawab dari interaksi parasosial melalui *Lysn Bubble* bisa menimbulkan rasa ingin memiliki yang berlebihan jika tidak pandai mengontrol diri. Selebihnya peneliti setuju dengan responden ke 88 yang menjawab bahwa sesungguhnya semua tergantung cara individu menyikapinya, dengan kemudahan fasilitas berkomunikasi dan berinteraksi dengan sang *Idol* ingin dibawa kearah yang positif atau kearah negatif, sehingga kebijaksanaan individu berperan penting dalam hal ini.

Selaras dengan penelitian terdahulu menurut (Lutfiah Al Hanif et al., 2022) penggemar memiliki keterikatan dengan member NCT secara langsung karena ia menerima banyak pesan tentang perhatian, cerita, rasa terimakasih yang dikirimkan melalui *Lysn Bubble* NCT. Adapun korelasi dengan *social learning theory* dibahas oleh Bandura, seseorang mengamati perilaku baik secara langsung melalui interaksi sosial dengan orang lain maupun secara tidak langsung dengan mengamati perilaku melalui media. Pada penelitian ini, penggemar mengamati perilaku sang *Idol* melalui media *Lysn Bubble*.