

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Gravetter & Forzano (2018) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang didasarkan oleh pengukuran variabel yang menghasilkan skor bersifat numerik dan akan diringkas serta diinterpretasikan melalui analisis statistik. Penelitian kuantitatif ini ditujukan untuk melihat pengaruh gaya identitas terhadap *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu suatu karakteristik atau kondisi tertentu yang dimiliki tiap individu yang dapat berubah dan memiliki nilai berbeda (Gravetter & Forzano, 2018). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu *celebrity worship* sebagai *Dependent Variable* (DV) dan gaya identitas sebagai *Independent Variable* (IV).

3.2.1. Definisi Operasional Variabel *Celebrity Attitude Scale* (CAS)

Definisi operasional *Celebrity Worship* yaitu diartikan sebagai skor total dari alat ukur *Celebrity Attitude Scale* (CAS). CAS mengukur 3 dimensi, yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* McCutcheon et al., (sebagaimana dikutip dalam Brooks, 2018). CAS akan menggambarkan bahwa jika semakin tinggi skor CAS berarti semakin tinggi *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop. Hal yang sama berlaku sebaliknya, apabila semakin rendah skor CAS, berarti semakin rendah tingkat *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop.

3.2.2. Definisi Operasional Variabel *Identity Styles Inventory-5* (ISI-5)

Definisi operasional gaya identitas yaitu sebagai skor dari gaya identitas *informational style*, *normative style*, serta *diffusive-avoidant style*

pada alat ukur *Identity Styles Inventory-5* (ISI-5). ISI-5 mengukur 3 gaya, yaitu *normative style*, *diffusive-avoidant style* dan *informational style* (Berzonsky sebagaimana dikutip dalam Czyżowska, 2022). Pada ISI-5, akan menggambarkan bahwa jika semakin tinggi skor pada suatu gaya, berarti semakin tinggi suatu gaya identitas yang diterapkan pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu satu kumpulan orang yang dianggap oleh peneliti menjadi suatu hal yang menarik, walaupun pada penelitian tidak mengikutsertakan keseluruhan populasi, tetapi hasil penelitian yang ada dapat dijadikan generalisasi untuk seluruh populasi (Gravetter & Forzano, 2018).

Peneliti menggunakan populasi penelitian yaitu penggemar K-Pop pada tahap *emerging adulthood*. *Emerging adulthood* adalah perkembangan periode akhir dari masa remaja dengan fokus pada usia 18-25 tahun (Arnett, 2000). Selain itu, penggemar K-Pop adalah individu yang melakukan aktivitas seperti menonton, membaca, mendengarkan, mempelajari, serta mengikuti perkembangan dari selebriti idola mereka (McCutcheon et al., 2002).

Di Indonesia sendiri, belum ada data pasti terkait jumlah keseluruhan penggemar K-Pop. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk mencari gambaran keseluruhan penggemar K-Pop melalui akun penggemar terbanyak di Instagram yang terhitung pada tanggal 2023 seperti yang ada pada tabel 3.1. Peneliti memakai data dari pengikut *Instagram* dikarenakan *Instagram* menjadi media sosial yang paling sering dipakai para penggemar K-Pop dalam melakukan interaksi dengan komunitas penggemar mereka (Dihni, 2022).

Tabel 3. 1 Pengikut Grup dan Solois K-pop di *Instagram*

Nama akun <i>fanbase</i> Instagram	Jumlah <i>Followers</i>
Solois	
@iu_indonesia	44.400
@zona.somi	7.458
Boygroup	
@army_indonesiia	174.000
@nct_indonesia	163.000
Girlgroup	
@blackpinkblinkindo	265.000
@twiceinfonesia	97.800
Total	751.658

Apabila didasarkan pada tabel 3.1, dapat dilihat jika total keseluruhan *followers* pada akun *fanbase* adalah sebanyak 751.658. Maka, jika mengacu terkait tabel populasi yang disusun oleh Isaac & Michael, jika total populasi yang diperuntukkan di penelitian melebihi 750.000 dengan tingkat kesalahan 5%, maka total sampel yang akan dipakai pada penelitian yaitu sebesar 348 subjek.

Penelitian ini memakai metode pengambilan sampel *nonprobability sampling*, atau metode pengambilan sampel yang diambil didasarkan oleh kemudahan pengambilan data, tetapi tetap menjaga keterwakilan sampel terhadap populasi dan menghindari bias (Gravetter & Forzano, 2018).

Metode *sampling* dari *nonprobability sampling* yang digunakan yaitu *convenience sampling*, atau dengan memilih individu yang mudah untuk didapatkan serta bersedia untuk sebagai partisipan dalam penelitian. Karakteristik partisipan untuk penelitian ini yaitu penggemar K-Pop berusia 18 sampai dengan 25 tahun.

3.4. Instrumen Penelitian

Alat ukur pada penelitian ini memakai *Celebrity Attitude Scale (CAS)* yang dikembangkan oleh (McCutcheon et al., 2021) dan telah diadaptasi oleh (Tresna et al., 2021) untuk mengukur *celebrity worship*. Sedangkan alat ukur yang dipakai untuk mengukur gaya identitas adalah *Identity Styles Inventory-5 (ISI-5)* yang dikembangkan Berzonsky et al., (2013) dan telah diadaptasi oleh Muttaqin (2021).

3.4.1. Deskripsi Instrumen

3.4.1.1 Deskripsi Instrumen *Celebrity Attitude Scale* (CAS)

Peneliti memakai kuesioner yang telah dikembangkan oleh McCutcheon et al., (2021) untuk mengukur tingkat *celebrity worship*. Selain itu, CAS sudah di adaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh (Tresna et al., 2021). Penelitian itu menghasilkan bahwa reliabilitas pada dimensi *entertainment-social* yaitu 0,797, pada *dimensi intense-personal* sebesar 0,820 dan dimensi *borderline-pathological* memiliki koefisien reliabilitas dengan nilai 0,502. Pada dimensi *borderline-pathological*, memiliki koefisien cenderung lebih rendah dikarenakan menjadi dimensi yang paling pendek diantara ketiga dimensi yang lain. Pada uji validitas menggunakan *Content Validity Ratio* (CVR) dengan hasil 0,890. (Tresna et al., 2021).

Di samping itu, penelitian Tresna et al., (2021) adalah penelitian yang spesifik kepada *girl-group* K-pop, maka dilakukan perubahan atau penghapusan pada kata “*girl group* k-pop” menjadi “artis K-pop”. Contoh: pernyataan awal “Jika saya bertemu langsung dengan *girl group* k-pop favorit saya, mereka pasti sudah tahu bahwa saya adalah penggemar beratnya”; diubah menjadi “Jika saya bertemu langsung dengan artis k-pop favorit saya, mereka pasti sudah tahu bahwa saya adalah penggemar beratnya.”

Alat ukur ini mempunyai 22 aitem *favorable* dengan 3 dimensi, yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, serta *borderline-pathological* McCutcheon et al., (sebagaimana dikutip dalam Brooks, 2018). Contoh aitem dalam alat ukur ini adalah “Saya dan teman-teman saya suka membicarakan tentang apa yang dilakukan oleh artis K-Pop favorit saya.”

Instrumen CAS menggunakan skala *likert* dalam skoringnya mempunyai rentang pilihan (1) “Sangat Tidak setuju”, (2) “Tidak Setuju”, (3) “Netral”, (4) “Setuju”, (5) “Sangat Setuju”. Skoring akan menggambarkan bahwa semakin meningkat total skor CAS, berarti tingkat *celebrity worship* bertambah tinggi tingkat, dan sebaliknya semakin rendah skor CAS berarti semakin rendah tingkat *celebrity worship* yang dimiliki. Untuk *blueprint* sebaran aitem CAS yang sudah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Tresna et al., (2021) ada pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Blue Print Celebrity Attitude Scale (CAS)

Kategori Aitem	Nomor Aitem	Jumlah Aitem
<i>Entertainment social</i>	4, 6, 9, 13, 15, 18, 21, 22	8
<i>Intense-personal</i>	1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 19	11
<i>Borderline pathological</i>	16, 17, 20	3
Total		22

3.4.1.2 Deskripsi Instrumen Identity Styles Inventory-5 (ISI-5) Berzonsky et al., (2013)

Peneliti menggunakan alat ukur *Identity Styles Inventory-5* (ISI-5) yang dikembangkan oleh Berzonsky et al., (2013) dan sudah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Muttaqin, (2021) untuk mengukur gaya identitas. Muttaqin (2021) sudah melakukan adaptasi ISI-5 ke dalam bahasa Indonesia melalui melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan responden remaja berusia 17-21 tahun. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa reliabilitas ISI-5 pada versi Indonesia memiliki koefisien *alpha* diatas 0,7 untuk ketiga gayanya.

Alat ukur ini terdiri dari 27 aitem dengan 3 gaya, yaitu *informational style* (gaya informatif), *normative style* (gaya normatif), dan *diffusive-avoidant style* (gaya menunda-menghindar) (Berzonsky et al., 2013). Contoh aitem dalam alat ukur ini adalah “ketika membuat keputusan penting, saya memerlukan banyak waktu untuk memikirkan berbagai pilihan.”

Respon pada ISI-5 menggunakan skala *likert* dalam skoringnya yang memiliki 5 pilihan, yaitu (1) “Sama Sekali Tidak Seperti Saya”, (2) “Tidak Seperti Saya”, (3) “Netral”, (4) “Agak Seperti Saya”, (5) “Sangat Mirip Seperti Saya”. Pada alat ukur ini tidak ada total skor keseluruhan. Maka, dalam melakukan skoring, dilakukan dengan menjumlahkan skor pada masing-masing gaya. Skor untuk gaya informatif dihitung dengan menjumlahkan/merata-ratakan butir dari dimensi informatif. Begitu pula untuk menghitung gaya normatif dan gaya menunda-menghindar (Muttaqin, 2021). Sebaran aitem pada instrumen ISI-5 terdapat di tabel 3.3.

Tabel 3. 3 *Blue Print Identity Styles Inventory-5 (ISI-5)*

Kategori Aitem	Nomor Aitem	Jumlah Aitem
<i>Informative Style</i>	1, 6, 8, 10, 15, 17, 19, 22, 26	9
<i>Normative Style</i>	2, 4, 9, 11, 13, 18, 20, 23, 27	9
<i>Diffuse-Avoidance Style</i>	3, 5, 7, 12, 14, 16, 21, 24, 25	9
Total		27

3.4.2. Pengujian Psikometri

Peneliti menjalankan uji psikometri terhadap alat ukur yang telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia yaitu CAS (Tresna et al., 2021) dan ISI-5 (Muttaqin, 2021) dalam tujuan mengetahui nilai reliabilitas serta validitas dari alat ukur yang digunakan. Nilai reliabilitas didasarkan pada konsistensi yang ada pada alat ukur (Cohen et al., 2018). Peneliti melakukan uji psikometri kepada 80 responden melalui kuisioner *online*, yaitu *Google Form*. Peneliti menggunakan JASP versi 0.18.3.0 dalam melakukan pengujian reliabilitas serta validitas, pada alat ukur ISI-5 dan CAS yang akan deskripsikan sebagai berikut:

3.4.2.1 *Celebrity Attitude Scale (CAS)*

1. Uji Reliabilitas Alat Ukur *Celebrity Attitude Scale (CAS)*

Peneliti untuk mengukur reliabilitas *Celebrity Attitude Scale (CAS)* menggunakan *coefficient alpha (cronbach's alpha)* yang sudah diadaptasi oleh (Tresna et al., 2021). Hasil dari koefisien reliabilitas alat ukur CAS sebesar 0,919, menunjukkan bahwa koefisien *internal consistency* dengan *Error Content Sampling* = 0,092. Menurut Shultz et al., (2014), alat ukur dapat dinyatakan memenuhi tingkat reliabilitas jika koefisien reliabilitasnya memiliki nilai $\geq 0,7$. Maka, alat ukur *Celebrity Attitude Scale (CAS)* yang sudah diadaptasi oleh (Tresna et al., 2021) dapat dikatakan reliabel.

2. Uji Validitas Alat Ukur *Celebrity Attitude Scale* (CAS)

Pada penelitian ini, menggunakan pengujian validitas yaitu *construct validity*. *Construct validity* memiliki tujuan melihat seberapa jauh alat ukur yang digunakan bisa menghitung konstruk teoritis yang akan diukur pada penelitian. *Construct validity* bisa dilihat melalui penghitungan korelasi skor antar aitem serta skor total antar aitem pada masing-masing dimensi (Shultz et al., 2014). Untuk melihat korelasi antara aitem dan skor total antar aitem per-dimensi, peneliti menggunakan *Pearson's*. Tabel 3.4 adalah hasil dari pengujian validitas untuk alat ukur CAS.

Tabel 3. 4 Uji Validitas *Celebrity Attitude Scale* (CAS)

Aitem	ES 4	ES 6	ES 9	ES 13	ES 15	ES 18	ES 21	ES 22
ES 4	—							
ES 6	0,213	—						
ES 9	0,448	0,391	—					
ES 13	0,559	0,606	0,457	—				
ES 15	0,289	0,500	0,473	0,367	—			
ES 18	0,418	0,396	0,496	0,595	0,314	—		
ES 21	0,500	0,170	0,408	0,304	0,325	0,317	—	
ES 22	0,468	0,468	0,584	0,517	0,568	0,528	0,508	—
TOTAL ES	0,691*	0,671*	0,719*	0,773*	0,685*	0,698*	0,634*	0,811*

Aitem	IP 1	IP 2	IP 3	IP 5	IP 7	IP 8	IP 10	IP 11	IP 12	IP 14	IP 19
IP 1	—										
IP 2	0,412	—									
IP 3	0,433	0,314	—								
IP 5	0,421	0,286	0,367	—							
IP 7	0,355	0,214	0,231	0,353	—						
IP 8	0,308	0,322	0,467	0,433	0,387	—					
IP 10	0,379	0,260	0,499	0,390	0,349	0,414	—				
IP 11	0,348	0,373	0,474	0,375	0,398	0,574	0,491	—			
IP 12	0,337	0,367	0,456	0,194	0,117	0,343	0,303	0,278	—		
IP 4	0,372	0,305	0,497	0,570	0,261	0,656	0,508	0,511	0,527	—	
IP 19	0,261	0,255	0,626	0,383	0,128	0,658	0,427	0,436	0,564	0,748	—
TOTAL IP	0,631*	0,556*	0,727*	0,643*	0,524*	0,748*	0,686*	0,715*	0,610*	0,802*	0,736*

Aitem	BP 16	BP 17	BP 20
BP 16	—		
BP 17	0,321	—	
BP 20	0,509	0,405	—
TOTAL BP	0,768*	0,728*	0,840*

Keterangan:

ES: *Entertainment-Social*

IP: *Intense-Personal*

BP: *Borderline-Pathological*

* $p < 0,001$

** $p < 0,005$

Sesuai dengan tabel 3.5 dapat dilihat jika koefisien korelasi skor yang ada antara tiap aitem dimensi *Entertainment-Social* mempunyai rentang skor sebesar 0,170 – 0,595. Rentang dimensi *Intense-Personal* sebesar 0,117 – 0,748, dan pada dimensi *Borderline-Pathological*, mempunyai rentang skor yaitu 0,321 - 0.509. Dari hasil tersebut dapat dilihat jika koefisien korelasi antara aitem pada masing-masing dimensi mempunyai skor yang signifikan. Selain itu, korelasi skor total dengan aitem masing-masing dimensi mempunyai skor yang baik dengan nilai 0,524 – 0,840 $p > 0,001$. Dengan adanya hal tersebut, menunjukkan bahwa alat ukur CAS terbukti valid, dikarenakan tiap aitem dapat mengukur dimensi-dimensi CAS pada individu.

3. Analisis Aitem Alat Ukur *Celebrity Attitude Scale* (CAS)

Pada penelitian ini dilakukan analisis aitem alat ukur CAS pada seluruh aitem, yaitu 22 aitem dengan menganalisis *item rest correlation* pada aplikasi JASP 0.18.3. Aitem yang dapat dikatakan baik, yaitu jika mempunyai standar minimal 0,25 (Azwar, 2012). Hasil analisis aitem pada alat ukur CAS yaitu memiliki rentang 0,406 – 0,715 yang ada pada tabel 3.6 Oleh karena itu, persyaratan telah terpenuhi bahwa alat ukur CAS dikatakan sebagai aitem yang baik melalui pengujian pertama.

Tabel 3. 5 Analisis Aitem Celebrity Attitude Scale (CAS)

Item	Item-rest correlation	Item	Item-rest correlation
IP 1	0,550	IP 12	0,476
IP 2	0,418	ES 13	0,658
IP 3	0,658	IP 14	0,715
ES 4	0,446	ES 15	0,604
IP 5	0,616	BP 16	0,695
ES 6	0,573	BP 17	0,406
IP 7	0,457	ES 18	0,433
IP 8	0,621	IP 19	0,627
ES 9	0,494	BP 20	0,541
IP 10	0,659	ES 21	0,515
IP 11	0,681	ES 22	0,562

Keterangan:

ES: *Entertainment-Social*

IP: *Intense-Personal*

BP: *Borderline-Patological*

3.4.2.1 Identity Styles Inventory-5 (ISI-5)

1. Uji Reliabilitas Alat Ukur Identity Styles Inventory-5 (ISI-5)

Peneliti untuk mengukur reliabilitas *Identity Styles Inventory-5 (ISI-5)* menggunakan *coefficient alpha (cronbach's alpha)* yang sama dengan penghitungan reliabilitas pada CAS. Hasil koefisien reliabilitas alat ukur ISI-5 yang ada pada tabel 3.7, pada gaya informatif untuk pengujian pertama adalah sebesar 0,710. Untuk gaya normatif adalah 0,814, dan pada gaya menghindar-menunda adalah 0,801.

Setelah adanya eliminasi aitem, nilai reliabilitas pada gaya informatif meningkat menjadi 0,772 dan tidak ada perubahan untuk gaya normatif dan menghindar-menunda. Menurut Shultz et al., (2014), alat ukur dapat dinyatakan memenuhi tingkat reliabilitas jika koefisien reliabilitasnya memiliki nilai $\geq 0,7$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pengujian kedua yang dilakukan pada alat ukur ISI-5 lebih baik. Maka, alat ukur *Identity Styles Inventory-5 (ISI-5)* yang sudah diadaptasi oleh Muttaqin (2021) dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3. 6 Cronbach Alpha Identity Style Inventory-5 (ISI-5)

Estimate	Cronbach's α Sebelum analisis aitem	Cronbach's α Setelah analisis aitem
<i>Informational style (Inf)</i>	0,710	0,772
<i>Normative style (Nrm)</i>	0,814	0,814
<i>Diffuse-Avoidance style (Mm)</i>	0,801	0,801

2. Uji Validitas Alat Ukur Identity Styles Inventory-5 (ISI-5)

Untuk menghitung pengujian Validitas yaitu *construct validity*, prosedur penghitungan sama seperti yang dilakukan pada penghitungan uji validitas CAS.

Tabel 3. 7 Uji Validitas *Identity Style Inventory-5* (ISI-5)

Aitem	INF 1	INF 6	INF 8	INF 10	INF 15	INF 17	INF 19	INF 22	INF 26
INF 1	—								
INF 6	0,172	—							
INF 8	0,093	0,282	—						
INF 10	0,231	0,495	0,548	—					
INF 15	0,080	0,506	0,329	0,441	—				
INF 17	0,016	0,317	0,389	0,135	0,214	—			
INF 19	0,312	0,554	0,328	0,514	0,302	0,367	—		
INF 22	-0,018	0,334	0,053	0,295	0,283	0,079	0,195	—	
INF 26	-0,160	0,016	0,284	0,104	-0,087	0,210	0,128	-0,113	—
TOTAL INF	0,363*	0,714*	0,657*	0,739*	0,585*	0,553*	0,729*	0,402*	0,298**
Aitem	NRM 2	NRM 4	NRM 9	NRM 11	NRM 13	NRM 18	NRM 20	NRM 23	NRM 27
NRM 2	—								
NRM 4	0,454	—							
NRM 9	0,530	0,700	—						
NRM 11	0,267	0,417	0,381	—					
NRM 13	0,591	0,469	0,462	0,334	—				
NRM 18	0,488	0,224	0,277	0,031	0,375	—			
NRM 20	0,065	0,390	0,418	0,575	0,237	0,134	—		
NRM 23	0,412	0,347	0,389	0,117	0,295	0,498	0,297	—	
NRM 27	0,238	0,258	0,298	0,599	0,247	0,007	0,250	-0,017	—
TOTAL NRM	0,671*	0,736*	0,774*	0,676*	0,670*	0,504*	0,626*	0,568*	0,518*
Aitem	MM 3	MM 5	MM 7	MM 12	MM 14	MM 16	MM 21	MM 24	MM 25
MM 3	—								
MM 5	0,375	—							
MM 7	0,360	0,412	—						
MM 12	0,376	0,473	0,559	—					
MM 14	0,304	0,302	0,137	0,316	—				
MM 16	0,296	0,201	0,142	0,225	0,336	—			
MM 21	0,620	0,288	0,286	0,426	0,356	0,356	—		
MM 24	0,251	0,219	0,372	0,326	0,222	0,316	0,189	—	
MM 25	0,213	0,269	0,199	0,342	0,327	0,323	0,187	0,348	—
TOTAL MM	0,661*	0,623*	0,619*	0,722*	0,595*	0,573*	0,645*	0,584*	0,588*

Keterangan:

INF: *Informatif style*

NRM: *Normative style*

MM: *Diffuse Avoidance Style*

* $p < 0,001$

** $p > 0,05$

Apabila dilihat pada tabel 3.7, koefisien korelasi skor yang ada antar tiap aitem pada gaya identitas *informational style* mempunyai rentang skor sebesar $-0,160 - 0,554$. Rentang gaya identitas *normative style* sebesar $-0,017 - 0,700$, dan pada gaya identitas *diffuse-avoidance style* mempunyai rentang skor yaitu $0,137 - 0,620$. Dari hasil tersebut dapat dilihat apabila koefisien korelasi yang ada pada antar aitem masing-masing dimensi mempunyai skor yang signifikan. Selain itu, korelasi yang ada pada antara skor total dengan aitem masing-masing dimensi mempunyai nilai yang baik yaitu sebesar $0,298 - 0,774$ $p < 0,001$ kecuali pada aitem 26 yang memiliki $p > 0,05$. Maka dari itu, bisa dikatakan jika alat ukur ISI-5 terbukti valid, dikarenakan tiap aitem dapat mengukur dimensi-dimensi ISI-5 pada individu kecuali pada aitem 26.

3. Analisis Aitem Alat Ukur *Identity Styles Inventory-5* (ISI-5)

Peneliti melakukan analisis item pada alat ukur *Identity Styles Inventory-5* (ISI-5), Analisis item kepada 27 aitem melalui cara melihat aitem *rest correlation* seperti yang dilakukan pada analisis aitem alat ukur CAS. Hasil analisis aitem pertama didapatkan bahwa rentang nilai yaitu $0,077 - 0,683$ yang terdapat di tabel 3.8. Namun, terdapat dua aitem yang harus dieliminasi. Aitem tersebut yaitu aitem 1 dan 26. Setelah aitem dieliminasi, maka analisis aitem menghasilkan rentang nilai $0,293 - 0,683$ ada pada tabel 3.9. Oleh karena itu, jika didasarkan pada hasil tersebut maka pengujian yang dilakukan pada kali kedua lebih baik. Alat ukur ISI-5 telah memenuhi persyaratan sebagai aitem yang baik.

Tabel 3. 8 Analisis Aitem Identity Style Inventory-5 (ISI-5)

Aitem	Item-rest correlation	
	Sebelum	Sesudah
INF 1	0,141	-
INF 6	0,600	0,639
INF 8	0,524	0,488
INF 10	0,623	0,615
INF 15	0,446	0,520
INF 17	0,373	0,362
INF 19	0,622	0,579
INF 22	0,221	0,293
INF 26	0,077	-
NRM 2	0,572	0,572
NRM 4	0,646	0,646
NRM 9	0,683	0,683
NRM 11	0,548	0,548
NRM 13	0,577	0,577
NRM 18	0,363	0,363
NRM 20	0,468	0,468
NRM 23	0,438	0,438
NRM 27	0,366	0,366
MM 3	0,552	0,552
MM 5	0,504	0,504
MM 7	0,483	0,483
MM 12	0,615	0,615
MM 14	0,451	0,451
MM 16	0,430	0,430
MM 21	0,535	0,535
MM 24	0,446	0,446
MM 25	0,437	0,437

Keterangan:

INF: *Informatif style*

NRM: *Normative style*

MM: *Diffuse Avoidance Style*

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dijalankan pada penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana yang ditujukan dalam mengidentifikasi pengaruh masing-masing gaya identitas terhadap *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop. Di samping itu, uji regresi linear dijalankan oleh peneliti agar mendapatkan hasil terkait besaran pengaruh yang ada dari variabel independen pada variabel dependen (Gravetter & Forzano, 2018). Di samping itu, sebelum melakukan pengujian hipotesis, uji asumsi perlu terpenuhi terlebih dahulu. Peneliti melaksanakan uji asumsi dengan uji normalitas, linearitas, indenpendensi error, serta homogenitas (Field & Wilcox; Gelman & Hill, sebagaimana dikutip dalam Field, 2013). Pada penelitian ini, uji regresi linear sederhana dihitung melalui JASP 0.18.3.0.

3.6. Prosedur Penelitian

Beberapa langkah yang peneliti lakukan dalam menjalankan penelitian ini, yaitu:

- a. Peneliti melaksanakan penyebaran kuisisioner yang dijalankan dari bulan April sampai dengan bulan Mei 2024 melalui kuisisioner *online*, yaitu *Google Forms* untuk menyebarkan kuisisioner alat ukur ISI-5 dan CAS untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penyebaran kuisisioner dibagikan kepada *emerging adulthood* penggemar K-Pop. Selain itu, penyebaran kuisisioner dibagikan lewat media sosial seperti *whatsapp*, *line*, serta *instagram*.
- b. Peneliti memilah data dengan melakukan eliminasi terkait responden yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian yang sudah ditentukan.
- c. Peneliti melakukan skoring serta mengolah data yang sudah didapat melalui Microsoft Excel.
- d. Peneliti menjalankan uji normalitas, linearitas, indenpendensi error, serta homogenitas menggunakan aplikasi, yaitu JASP. Langkah ini ditujukan agar dapat diketahui apakah uji asumsi yang dilakukan pada penelitian ini terpenuhi.
- e. Peneliti melakukan analisis tambahan melalui uji regresi terhadap faktor lain dan uji regresi terhadap setiap gaya identitas terhadap setiap dimensi *celebrity worship* untuk melengkapi hasil penelitian.