

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era globalisasi semakin mendukung masuknya budaya asing di Indonesia. Dengan adanya globalisasi, interaksi yang terjadi di seluruh dunia ini menjadi terbuka dan lebih bebas tanpa adanya batas dan kehadirannya ini pun mempercepat proses akselerasi hingga meraba ke seluruh aspek penting kehidupan. Dengan adanya perkembangan teknologi siapa pun dapat dengan mudah dan cepat dalam memperoleh informasi diseluruh dunia. Teknologi tersebut turut andil dalam masuknya budaya asing ke Indonesia dengan bebas tanpa adanya penyaringan. Budaya yang disukai secara luas oleh banyak orang disebut budaya populer, budaya *pop/popularculture*, atau budaya massa/*mass culture* (John Storey, 1994).Budaya-budaya populer yang masuk ke Indonesia iniselalu memiliki daya pikat atau cara tersendiri agar dapat diterima oleh masyarakat.

Budaya populer yang menyebar luas di suatu negara maka negara tersebut tidak hanya meniru kebudayaanya saja namun juga akan meniru identitasnya. Budaya populer selalu dikaitkan dengan masalah yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari seperti gaya hidup, *superstar*, *fashion* dan sebagainya yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu(Inayatul:2015). Budaya populer yang berkembang di Indonesia diantaranya adalah Budaya *Hollywood*, *J-Pop*, *Bollywood*, *Turki Culture* dan *Korean Culture*. Selain budaya asing tersebut ada satu budaya yag saat ini mampu masuk kepasar budaya pop internasioanal

termasuk ke Indonesia yaitu *Korean Culture*. Budaya dari Korea Selatan tersebut mampu menyihir masyarakat Indonesia dari segi *fashion*, film, makanan, drama, musik, actris serta actor pemain drama maupun grup *Boyband/Girlband*.

Budaya pop Korea Selatan tersebut berkembang dengan sangat pesat hingga menimbulkan sebuah fenomena yang disebut dengan *Korean Wave*. *Korean wave* merupakan globalisasi budaya pop Korea yang penyebarannya diberbagai belahan dunia (shim, 2006). Fenomena *Korean Wave* yang berkembang menjadi sebuah trend dikalangan anak-anak hingga remaja ini berawal dari tahun 2002 melalui televisi-televisi swasta drama Korea mulai di perkenalkan di Indonesia. Bermula dari drama-drama Korea tersebut kemudian berkembang ke musik pop Korea yang dimulai dari *ost/soundtrack* membawa kalangan remaja mulai menyukai musik pop Korea atau yang sering disebut sebagai K-pop. Kombinasi lagu yang dinamis, *dance* yang sinkron, penampilan yang *fashionable* serta wajah yang rupawan membuat K-Pop sangat digandrungi kaum muda saat ini.

Dari musik pop korea atau yang sering disebut dengan K-pop ini, munculah *Boyband* dan *Girlband* yang terkenal di Indonesia seperti *Super Junior*, *BIGBANG*, *BTS*, *VIXX* dan *Girl Generation*, *TWICE*, *BLACKPINK*, *Miss A* dll yang menjadi salah satu alasan terbentuknya fans fanatik atau yang sering disebut dengan Fandom di Indonesia semakin menjamur. Secara sederhana *BoyBand* dapat didefinisikan sebagai " *a popular music act consisting of only male singers. The members are expected to dance as well as sing, usually giving highly choreographed performances. More often than not, boy band members do not play musical instruments, either in recording sessions or on stage, and only*

sing and dance".(Sumber : <http://www.kompasiana.com> diakses pada tanggal 14 februari 2017 pukul 21.00).

Dengan adanya Asian Fans Club (AFC),” <http://www.asfansclub.com> yaitu blog Indonesia yang berisi tentang berita dunia hiburan Korea merupakan salah satu bukti bahwa perkembangan *Korean Wave* telah mewabah. AFC didirikan pada 1 Agustus 2009 oleh seorang remaja perempuan bernama Santi Ela Sari merupakan salah satu bukti perkembangan budaya *Hallyu* yang semakin pesat di Indonesia. Dari data statistik menunjukkan bahwa dari situs *Pagerankalexa.com*, Asian Fans Club adalah situs ‘Korean Intertainment’ terbesar di Indonesia. (Sumber <http://nasutionrizky.com/budaya-pop-korea-merasuki-indonesia/> di akses pada 15 februari 2017 pukul 20.15 wib).

Ketenaran *Boyband* dan *Girlband* Korea di Indonesia tentu tidak akan lepas tanpa dukungan fandom dan media. Fandom adalah sebutan umum untuk komunitas pecinta *Boyband* atau *Girlband* yang berasal dari Korea. Misalnya A.R.M.Y adalah sebutan bagi fandom penggemar *Boyband* BTS. REDVELVUS adalah sebutan bagi fandom penggemar *Girlband* Red Velvet. V.I.P adalah sebutan bagi fandom *Boyband* BIG BANG, Inner Circle adalah sebutan bagi fandom *Boyband* Winner, BLINK adalah sebutan bagi fandom *Girlband* Black Pink dan masih banyak lagi fandom-fandom lainnya di seluruh dunia.

Tabel 1.1
Tabel grup idol yang paling diminati
Tahun 2016-2017

Nama Grup Idol	Viewers
Bigbang	216.801.215xxx
BTS	199.245.878xxx
VIXX	18.874.973xxx
WANNA ONE	11.953.274xxx
Black Pink	202.789.256xxx
Twice	161.206.198xxx
Red Velvet	80.236.982xxx
SNSD	186.427.696xxx

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v> di akses pada hari rabu tanggal 16 Agustus 2017)

Berdasarkan tabel diatas , menunjukan *Boyband/Girlband* Korea yang paling diminati untuk tahun 2016-2017 bagi para *cover dance* Korea. Dari 8 idol grup tersebut merupakan idol grup yang paling banyak dijadikan acuan atau model untuk perilaku imitasi bagi para *cover dance* terutama di kota Yogyakarta. Ketika fans mulai menyukai K-Pop maka secara berkala mereka akan mencari dan berburu hal-hal yang berhubungan dengan idola mereka hingga tak sedikit dari mereka tenggelam dalam sensasi '*fangirling*' atau '*fanboying*'. Dari sensasi *fangirling* dan *fanboying* tersebut banyak terbentuk grup –grup *Cover Dance*. *Cover Dance* adalah suatu bentuk ekspresi yang dilakukan oleh para fans K-Pop, di mana mereka mengimitasi dari penampilan idola mereka. Dalam hal ini

pelaku *Cover Dance* biasanya mengimitasi *fashion, make up*, gerakan dance serta ekspresi bernyanyi dari sang idola.

Cover Dance bukanlah suatu tindakan berupa plagiatisme. Pada *Cover Dance* mereka menari dengan mengikuti gerakan yang sudah ada dan menirukan gerakan sang idola. Titik kesempurnaan dari *Cover Dance* ini bukan kreativitas yang diutamakan, melainkan kemiripan dengan sang idola baik dalam segi detail gerakan, kostum, *make-up* serta ekspresi yang ditampilkan di atas panggung. Indonesia sendiri sempat didaulat memiliki kemampuan meniru tarian terbaik untuk *cover dance* Korea ini (sumber :http://www.kapanlagi.com/ragam/selebritia/dance-cover-bentuk-ekspresi-penggemar-k-pop_print.html diakses pada pukul 21.00 tanggal 2/03/2017)

Tak jarang di Indonesia sering diadakan kontes *Cover Dance* untuk mengundang bakat-bakat anak remaja. Pada tanggal 15 juli 2012 telah diadakan festival yang bertemakan tentang negeri Gingseng dan festival ini digunakan untuk menjadi wadah kalangan anak muda penggemar K-Pop Indonesia untuk meyalurkan ekspresinya . Didalam festival ini banyak diadakan perlombaan seperti *cover singing, photo kontes*, dan yang paling utama adalah *Cover Dance* dan para konstenta khususnya *Cover Dance* disini benar- benar tampil seperti layaknya seorang idola. Di Indonesia sendiri, sudah terdapat banyak grup-grup *Cover Dance*, seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.2
DATA GRUP DANCE COVER DI INDONESIA 2016

No	Nama kota	Nama komunitas/ sub dance cover
1	Yogyakarta	<ul style="list-style-type: none"> • Flower Boys (vixx) • SUICIDE SQUAD (EXO) • FUSHION (AFTER SCHOOL) • STAR WAR (NINE MUSES) • S1C (AFTER SCHOOL) • TWO EYE (TWICE) • SKYLARK- (SNSD) • Pi (X) – F(x) • SNEJ - SNSD • AGATE – G FRIEND • GFX - INFINITE • CoiN -VICTON • LVNAR – BLACK PINK • WARSCHOOI • PARADOX COSMIC – WJSN • CKWsq • Freshlatte • WARKID • EPSILON • MARXMELLOW • ULTROS
2	Bandung	<ul style="list-style-type: none"> • LUMINOUS • WTF • FREAKY DEAKY • A-Laxy- APINK • 2NE4- 2NE1 • WON- WINNER
3	Solo	<ul style="list-style-type: none"> • UCE FAMILY • JnKEntertainment • Up DC- K.A.R.D
4	Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> • Bangtan Arena DC - BTS • Starnight- SISTAR • V E L V E T- RED VELVET • 9Misses- nine muses • KARAlia- kara • MCK127 – NCT127 • 2ND PINK- APINK • 365 - EXO • Girl's Dean – Girls day
5	Semarang	<ul style="list-style-type: none"> • 2NUMBER1- 2NE1 • BlackPearl –SNSD
6	Purwokerto	<ul style="list-style-type: none"> • Star-Entertainment • J-Girls- T-Ara

Sumber : (<http://popinasia.com/2014/07/14/data-grup-dance-cover-di-indonesia/>) Dan @ucee_family

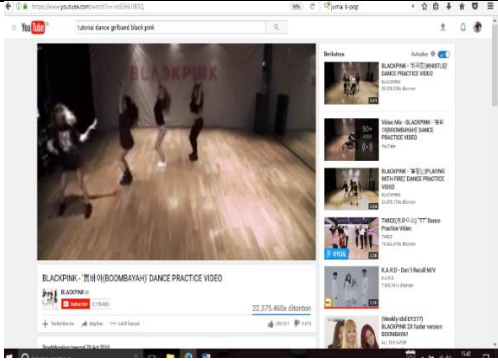
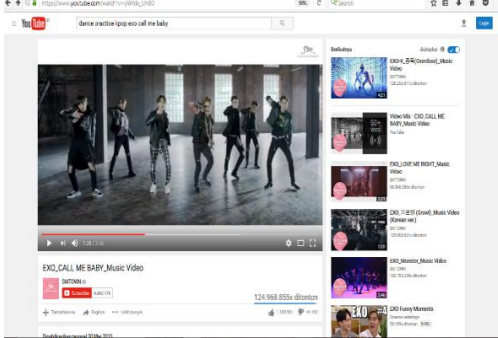
Berdasarkan tabel diatas, dapat kita lihat *Cover Dance* terbanyak berada di kota Yogyakarta. Kelompok-kelompok ini berisi banyak *cover dance* mulai dari kalangan remaja rata –rata para *Cover Dance* ini masih berada dibangku SMP, SMA dan di bangku Perkuliahan.

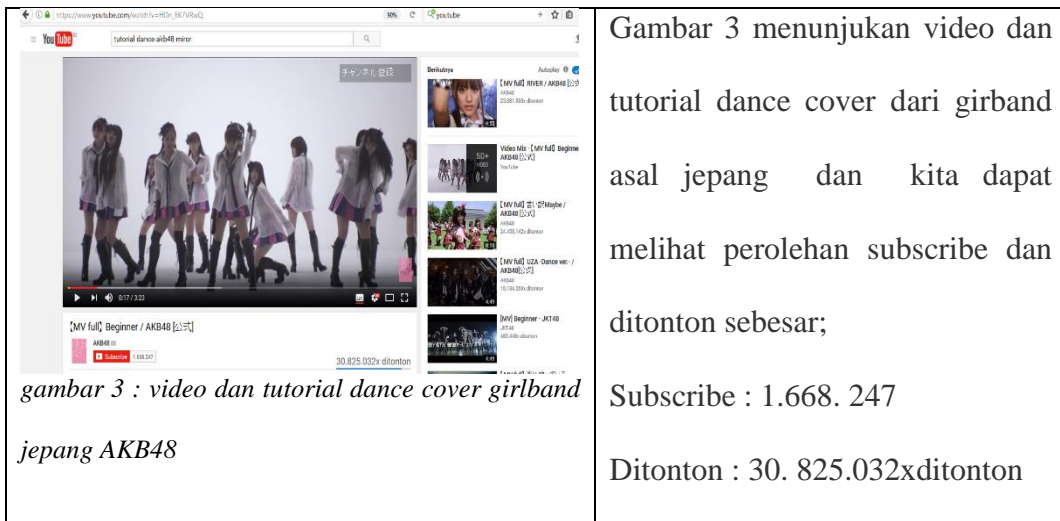
Kelompok *cover dance* yang berada di kota Yogyakarta ini sering mengadakan pertemuan dan membuat acara perlombaan berisi *sing cover, flash moob, dance cover* dan masih banyak lagi. Tidak hanya itu, setiap akhir tahun banyak acara yang di adakan oleh beberapa kampus di Yogyakarta, seperti UGM, SANATA DHARMA dan UKDW sering mengadakan acara yang berhubungan dengan *Korean culture*. Selain itu, kelompok-kelompok *Cover Dance* Korea khususnya di Yogyakarta ini memiliki keunikan dan berbeda dari *Cover Dance* yang berada di kota lain. Keunikan ini terletak pada saat OPREC (Open Recruitment) member di kota lain kebanyakan lebih mementingkan kriteria yang *good looking* alias ‘ganteng’ dan ‘cantik’, namun di kota Yogyakarta kebanyakan yang di cari untuk menjadi anggota yaitu yang memiliki *basic dance* dan tentunya mau belajar bersama. Serta untuk visual atau orang yang menjadi pusat di grup tersebut di kota Yogyakarta memang tidak setampan kota lain namun dapat dipastikan kemampuan dancenya sangat menawan.

Fenomena *Korean wave* ini membuat banyak konten-konten berbau Korea disajikan melalui media demi memudahkan penggemar merasa lebih dekat dengan idola mereka. Salah satu perkembangan media yang menyediakan konten-konten berbau Korea tersebut adalah Youtube. Youtube merupakan salah satu New media yang didalamnya kita bisa mengupload, melihat dan mencari informasi yang kita inginkan termasuk tentang K-pop. Banyak konten-konten *hitz* tersedia dilaman youtube salah satunya adalah tutorial *Cover Dance*. Dengan banyaknya fans-fans K-pop terutama grup *Cover Dance* yang semakin menjamur dan tidak dapat bertemu ataupun melihat secara langsung artis idola mereka, maka mereka

menggunakan youtube untuk mengkses kegiatan sang idola, bahkan mempelajari gerakan dance dari *Boyband/Girlband* yang mereka idolakan sehingga membuat viewers youtube khususnya tentang video dan tutorial *dance cover* semakin membludak.

Tabel 1.3
Gambar tutorial yang sedang digandrungi remaja saat ini

Gambar Tutorial	Jumlah Followers
 <p>gambar 1 : tutorial dance cover girlband Blackpink</p>	<p>Gambar 1 ini menunjukkan tutorial dance dari girlband Blackpink dan kita dapat melihat perolehan subscribe dan ditonton sebesar;</p> <p>Subscribe : 2.178. 920</p> <p>Viewers : 51.804.777x ditonton</p>
 <p>gambar 2 : video dan tutorial boyband EXO</p>	<p>Gambar 2 menunjukkan video boyband EXO dan kita dapat melihat perolehan subscribe dan ditonton sebesar;</p> <p>Subscribe : 9.862. 179</p> <p>Ditonton : 214. 968.855x ditonton</p>



gambar 3 : video dan tutorial dance cover girlband jepang AKB48

(Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=HDx_8C7V9aQ di akses pada tanggal 28/02/2017)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan betapa menariknya video *Boyband/ Girlband* Korea dibandingkan *Boyband / Girlband* sejenis yang berasal dari negara lain seperti Jepang.

Boyband/Girlband Jepang lebih menonjolkan *style harajuku* mereka. meski dibumbui dengan sentuhan barat, namun tidak akan mendominasi penampilan mereka. Mereka tampil jauh lebih sederhana, dan tak jarang mereka memadukan pakaian dengan baju adat mereka kimono versi modern. *Style* rambut juga layaknya orang jepang seperti gaya rambut lurus dan gelombang. Aliran *J-pop* memang cenderungnya lebih ke rock atau pop rock. musik mereka juga juga khas banget dengan budaya Jepang.

Boyband/Girlband Jepang tidak terlalu nmengutamakan penampilan. mereka cenderung tampil apa adanya, dengan kelebihan dan kekurangan yang mereka miliki. Imej yang dibangun tak jauh-jauh dari budaya Jepang. Mereka lebih merujuk ke karakter Manga atau komik-komik Jepang. Video musik mereka lebih cenderung penuh dengan fantasi dan imajinasi. Meski ada beberapa video

yang menggunakan model pria, tapi kebanyakan *Girlband* Jepang tidak menggunakan model siapapun. mereka memilih mendandani anggota mereka dengan gaya pria (tomboi) untuk menggantikan posisi pria.

Boyband / Girlband Korea cenderung bergaya barat dengan sentuhan berbagai style fashion yang ada, bahkan termasuk harajuku yang dikombinasikan dengan model lain sehingga tampak lebih elegan dan modern. mereka juga berani mencampurkan berbagai warna yang membuat lebih *eye catch*. Style rambut mereka juga beranekaragam. Saat konser, mereka bisa tampil dengan berbagai kostum yang menarik. Karena mereka membawa berbagai *style* dari berbagai negara, membuat penampilan mereka lebih mudah dinikmati oleh segala kalangan. Imej yang dibangun oleh cewek-cewek/ cowok-cowok korea itu adalah kecantikan mereka dengan kulit putih dan body seksi, wajah tampan, cantik, dan imut . Sehingga cewek maupun cowok korea rela berbuat apapun untuk menyempurnakan wajahnya agar terlihat lebih sempurna dengan cara operasi pelastik.

Video musik *Boyband/Girlband* Korea dikemas sama persis dengan genre musik yang mereka bawakan. Lebih menampilkan eleganisme dan kemewahan. model pria, mereka tak tanggung-tanggung memilih model pria tampan untuk membuat video mereka makin disukai. Tutorial *dance cover Boyband/ Girlband* di youtube memiliki keunikan yaitu biasanya yang mempraktikan *practice* dancinya adalah sang *Boyband* atau *Girlband* itu sendiri, tentu saja *Boyband* dan *Girlband* tersebut sudah memiliki banyak penggemar diseluruh dunia. Kita dapat

melihat langsung sang idola kita dengan tampang yang ganteng-ganteng, imut, cantik dan sexy .

Selain itu ketika kita ikut mempraktekan gaya *dancer* mereka, terhitung kita juga melakukan olahraga karena *dance* yang dipraktikan dapat membuat semua tubuh kita seperti tangan, kaki, pinggul bergerak. Salah satu penyebab menjadinya fenomena karna menggunakan media youtube tersebut menjadi sesuatu yang praktis karna mereka tidak bisa menonton konsernya secara langsung dengan menonton youtube mereka bisa melihat dengan jelas bahkan bisa mnegulang –ulang sesuai keinginan mereka. Betapa budaya *hallyu* yang memiliki banyak peminat dan menjadi berkembang pesat berkat peran media yang berhasil menyihir masyarkatindonesia khususnya remaja hingga berhasil mengimitasi sang idola seperti pada tabel dibawah ini :

Gambar 1.1
Gambar Cover Dance dan idola



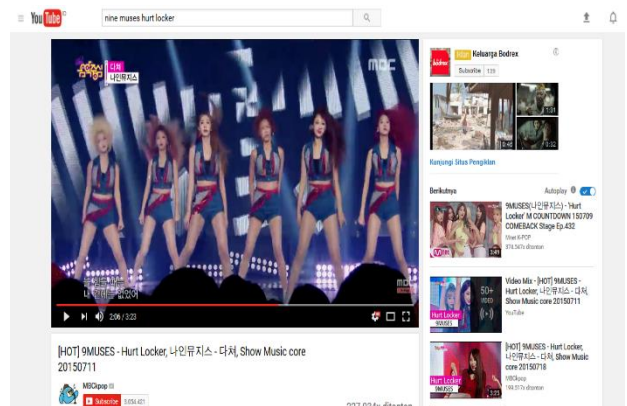
Gambar 1 (a) : cover dance NCDC



Gambar 1 (b) : Boyband NCT Dream



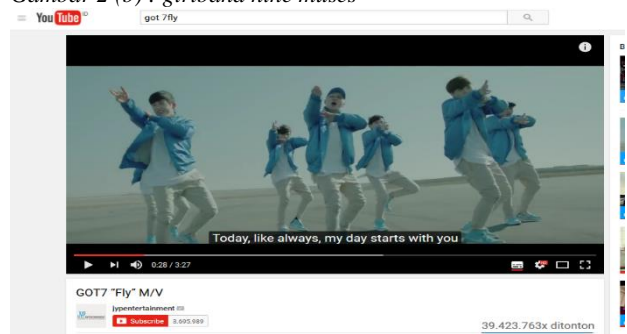
Gambar 2 (a) : cover dance SIC



Gambar 2 (b) : girlband nine muses



Gambar 3 (a) : cover dance E7



Gambar 3(b) : boyband GOT7

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v> diakses pada tanggal 07/03/2017)

Berdasarkan gambar diatas, dapat kita lihat betapa miripnya sang peniru dan yang ditiru . kita dapat melihat gambar 1,2 dan 3 (a) adalah peniru alias pengimitasi dan gambar 1,2,3 (b) adalah sosok idola mereka. Dari segi baju , make up serta pernak pernik yang digunakan *Cover Dance* begitu sama dengan sang idola terlihat jelas bagaimana media baru youtube sangat berpengaruh dalam kehidupan para remaja khususnya para fandom untuk mencari informasi hingga mengimitasi sang idola mereka. Hal ini dikarenakan bahwa fenomena masuknya *Korean Wave* yang diringi dengan perkembangan teknologi yang sangat canggih dapat memicu berkembangnya *Korean Wave* dengan pesat dan mempengaruhi sebagian remaja khususnya dengan adanya Grup-Grup *Cover Dance*. Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait seberapa besar pengaruh

intensitas menonton video *Boyband/Girlband* Korea di Youtube terhadap perilaku imitasi pada grup *Cover Dance* di Yogyakarta.

Sementara itu, pada penelitian ini peneliti menggunakan rujukan skripsi terdahulu guna untuk menjadi gambaran pada penelitian ini. Tatiana gianti (2014) dengan penelitiannya yang berjudul pengaruh intensitas menonton tayangan musik korea dan intensitas komunikasi terhadap perilaku imitasi pada korean fashion oleh komunitas Jogja K-pop family Yogyakarta. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatif, metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan rumus regresi linear berganda. Berdasarkan penelitian ini, jawaban dari responden yakni komunitas jogja kpop family yogyakarta diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel intensitas menonton tayangan musik korea dan intensitas komunikasi terhadap perilaku imitasi pada korean fashion.

Ade suryanah (2010) dengan penelitiannya yang berjudul pengaruh intensitas menonton drama seri Korea di Indonesiar terhadap perilaku imitasi di kalangan remaja pangkalan depok. Metode yang digunakan adalah metode survey kuantitatif dengan pengambilan data menggunakan kuisisioner. Hasil dalam penelitian ini adalah terdapat nilai korelasii yang diperoleh sangat kuat yaitu sbesar 0,760 dan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku para remaja Pangkalan Jati Depok. Hal ini terbukti dengan semakin tinggi intensitas, frekuensi dan duras remaja dalam menonton tayangan drama korea maka semakin tinggi pula perilaku imitasinya.

Isni Rahmawati (2014) dengan penelitiannya yang berjudul “pengaruh tayangan korean wave di internet terhadap perilaku imitasi komunitas korean beloved addict (KBA)” penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Pengumpulan data menggunakan kuisioner kemudian dilakukan pengujian analisis uji regresi linear berganda dan menggunakan uji korelasi person. Hasil dari penelitian ini adalah tayangan korean wave di internet memiliki hubungan positif terhadap perilaku imitasi pada komunitas korean beloved addict.

Rizka tsana dwe saputri (2017) dengan penelitiannya yang berjudul ‘hubungan tayangan ILOOK di net tv dengan perilaku imitasi berbusana remaja di SMK Negeri 1 Samarinda’ penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang diperoleh menggunakan kuisioner dengan skala likert. Dan teknik analisis data menggunakan correlations ranks spearman. Dengan hasil signifikan yaitu terhadap hubungan antara variabel X (menonton tayangan ilook) dan variabel Y (perilaku imitasi).

Berdasarkan ketiga penelitian sebelumnya yang peneliti jadikan rujukan terdapat perbedaan dan kesamaan dalam penelitian. Ketiga penelitian tersebut sama-sama meneliti perilaku imitasi yang terjadi pada sebuah komunitas dan perbedaannya terdapat pada subyek bentuk penelitian yang digunakan yaitu drama korea, musik korea serta tayangan korea dan penelitian ini menggunakan bentuk tayangan video.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas rumusan masalah yang peneliti ingin teliti yaitu “seberapa besar pengaruh intensitas menonton video *Boyband/ Girlband* Korea di *youtube* terhadap perilaku imitasi pada grup *cover dance* Korea di Yogyakarta”

C. Tujuan masalah

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas menonton video *Boyband/ Girlband* Korea di *youtube* terhadap perilaku imitasi pada grup *cover dance* Korea di Yogyakarta.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan pengetahuan tentang bagaimana pengaruh dampak media baru bagi remaja.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi pertimbangan kepada remaja untuk dapat memilah dan memilih sesuatu yang berbau positif dalam mengimitasi budaya asing.

E. Kajian teori

1. Komunikasi Massa

Perkembangan teknologi komunikasi di era modern ini sangat membantu banyak manusia untuk mengatasi masalah dalam berkomunikasi. Semua orang dapat mengetahui apapun yang terjadi di

seluruh dunia lebih cepat. Menurut Bitnner, Definisi komunikasi massa yang paling sederhana adalah :

“mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people”

berdasarkan pernyataan Bittner tersebut, komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang (**Rahmat,1999:188**). Komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan massa yang umumnya dilakukan oleh media massa, seperti surat kabar, majalah, buku, radio dan televisi,video, internet. lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon,radio, komuter, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan internet. Dalam komunikasi massa ini selalu melibatkan berbagai aspek perbedaan latar belakang budaya, mulai dari pengelola (organisasi media), saluran atau media massa, pesan-pesan, khalayak sasaran serta dampaknya.

Dalam komunikasi massa khalayak yang dimaksud adalah orang atau kelompok orang yang memiliki latar belakang yang berbeda budaya yang tersebar luas mulai dari lokal , regional, nasional, sampai internasional. Setiap harinya khlayak tersebut mengkonsumsi pesan melalui iklan, berita serta opini. Dampak dari kehadiran lembaga pesan , dan media yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda ini sangat

membawa perubahan sikap khalayak sehingga sangat membantu untuk menganalisis konteks komunikasi massa.

Menurut Elizabeth Noelle Newman dalam buku Jalaludin Rahmat, 1994 terdapat ciri-ciri komunikasi massa, yaitu sebagai berikut :

- 1) Bersifat tidak langsung artinya harus melalui media teknis,
- 2) Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta- peserta komunikasi.
- 3) Bersifat terbuka artinya ditunjukkan pada publik yang tidak terbatas dan anonim.
- 4) Mempunyai publik yang tersebar.

Menurut Biagi (1988:10) karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut :

- Pesan yang disampaikan melalui media massa
- Pesan disampaikan secara cepat.
- Pesan bisa menjangkau berbagai kelompok besar masyarakat secara bersamaan atau hanya berbeda sedikit saja waktunya.

Dalam hal ini Komunikasi massa harus memiliki efek guna untuk menambah pengetahuan, mengubah sikap, dan menggerakkan perilaku seseorang. Terdapat 3 aspek di dalam efek komunikasi massa ini, Ketiganya adalah efek kognitif, afektif, dan behavioral (**Jalaludin Rahmat, 2005:230**)

a. Efek kognitif

Disaat seorang pembaca, pendengar, dan penonton merasa mendapatkan pengetahuan setelah membaca, mendengar, dan menonton dari sebuah koran, radio ataupun televisi maka akan banyak ilmu pengetahuan yang diperoleh sehingga komunikasi atau media massa tersebut telah berhasil menambah wawasan atau pengetahuan, maka sudah dapat dilihat bahwa komunikasi massa telah mempunyai pengaruh secara kognitif. Motif kognitif menekankan kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu (**Rahkmat, 1986 : 203**).

b. Efek Afektif

Komunikasi massa juga memberikan efek afektif kepada khalayaknya. Efek afektif lebih dimaksudkan kepada perubahan sikap dan perasaan. Dalam membaca berita sedih, seseorang juga terbawa perasaan sedih. Demikian juga sebaliknya, orang akan merasa gembira ketika menonton peristiwa yang menyenangkan. Tidak ada orang yang merasa gembira, ketika mendengar dari radio berita gempa bumi yang mengakibatkan ratusan warga meninggal seketika.

Efek afektif dipengaruhi oleh :

1. Rangsangan emosional
2. Rangsangan seksual

c. Efek behavioral

Setelah mendapatkan ilmu atau pengetahuan, lalu merasakan sesuatu, maka efek yang terakhir dari komunikasi adalah berubahnya perilaku dari pembaca, pendengar, dan penonton. Bila televisi telah menimbulkan efek prososial kognitif maka ketika membaca penderitaan orang miskin yang sedang mengalami sakit keras, lalu tergerak untuk membantu, maka itu dinamakan efek prososial kognitif. Tetapi bila anda telah mengirimkan wesel kepada penderita tersebut, maka itu disebut efek prososial behavioral.

2. Efek Media Baru

Media baru/ New media merupakan istilah yang sudah ada sejak 45 tahun (cristoper,davey) secara fundamental, istilah new media ini tidak merujuk pada suatu teknologi yang spesifik. Tetapi lebih bersifat kolektif dengan kondisi new media yang saat ini lebih berkaitan erat dengan internet. Menurut Ron Rice mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang melibatkan komputer didalamnya (baik mainframe , PC maupun notebook) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkanya **(Setiawan Rudi, 2013).**

Menurut Heinonen (1999;35-37) ada 4 karakteristik komunikasi melalui internet yang juga bisa dijadikan sebagai karakteristik media baru, yaitu :

- 1) Semua informasinya bersifat digital yang merupakan ciri dasar media baru. Karena itu, informasi tersebut sangat mudah dan cepat digandakan dengan kualitas yang sama aslinya.
- 2) Informasi digital itu tidak peka terhadap jenis-jenis informasi sehingga apakah informasi hanya sedikit atau banyak bisa disajikan dalam bentuk multimedia. Akibatnya bagi kegiatan jurnalistik, terbuka kemungkinan untuk sajian yang memadukan teks, suara dan gambar yang pada gilirannya akan memungkinkan orang membuat atau menerima informasi serupa.
- 3) Memanfaatkan komputer, yang dipandang bukan hanya perangkat teknologi komunikasi dan informasi belaka, melainkan juga merupakan medium komunikasi mengingat komputer memiliki kemampuan untuk memproses informasi digital.
- 4) Mengingat internet itu memungkinkan interaktifitas maka internet bisa menjadi alat pembentukan komunitas berbasis komunikasi. Interaktivitas disini dimaksudkan sebagai kunci dari new media yang berkembang saat ini.

Menurut Quarteman dan Mitchell membagi manfaat internet dalam empat kategori , yaitu

- 1) Internet sebagai media komunikasi, merupakan manfaat
- 2) Sebagai media transaksi jual beli.

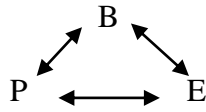
- 3) Sebagai media hiburan contohnya streaming video seperti Youtube.
- 4) Sebagai media berkomunikasi yang efisien bahkan kita dapat berkomunikasi dengan orang yang jauh sekalipun dengan video conference.

Kehadiran new media seperti internet ini, memunculkan model komunikasi massa yang baru. Sebelumnya komunikasi yang ada hanya bersifat *one to many communication* menjadi *many to many communication*. New media ini digunakan untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, terkomputerisasi, dan berjaringan serta dampaknya terhadap berkembangnya budaya saat ini. Dengan sifat interaktifitasnya ini new media dapat membuat khalayak yang menggunakannya dengan mudah berinteraksi langsung dengan konten-konten yang mereka (khalayak) inginkan. Saat ini kita dapat melihat jenis-jenis perkembangan media baru yang sangat beragam. Salah satu perkembangan new media Internet yaitu Youtube.

3. Teori Perilaku

a. Formulasi perilaku

Perilaku yang muncul dalam diri seseorang merupakan suatu akibat dari adanya interaksi antara stimulus dan organisme. Disini Bandura mengemukakan mengenai formulasi perilaku yang berwujud $B =$ *behaviour*, $E =$ *environmet*, $P =$ *person* atau *organism*. Seperti pada bagan dibawah ini :



Bagan formulasi bandura mengenai Behavior environmen dan person. Berdasarkan bagan diatas menjelaskan bahwa peran sebuah perilaku dimana (B : *behaviour*), (E : *environment*) dan (P : *person*). Perilaku, lingkungan, dan individu tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Dalam hal ini sebuah perilaku bisa menyebabkan atau disebabkan oleh individu maupun lingkungan tertentu demikian pula dengan lingkungan dan individu. Ketiganya bisa menjadi sebab sekaligus bisa pula menajadi akibat bagi yang lain **(Bandura 1997, dalam walgito,1991:18)** *Environment* dalam formulasi perilaku bandura ini memiliki dua aspek, yakni aspek sosial dan fisik , dan yang termasuk dalam asek fisik adalah media massa.

b. Pembentukan perilaku

Perilaku manusia adalah sebgaian dari perilaku yang dibentuk dan dipelajari. Terdapat beberapa cara bagaimana membentuk perilaku yang sesuai dengan yang diharapkan.

- a) Pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan merupakan salah satu cara pembentukan perilaku dapat ditempuh dengan pembiasaan . dengan cara membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan , akhirnya akan terbentuklah perilaku tersebut. Seperti seorang cover dance yang terbiasa dengan gerakan dance korea

b) Pembentukan perilaku dengan menggunakan model

Pembentukan perilaku juga dapat ditempuh dengan menggunakan model atau contoh. Dalam hal ini seorang cover dance akan menggunakan model yaitu *Boyband/Girlband* Korea yang mereka *cover* sebagai contoh perilaku imitasi yang akan mereka tampilkan.

4. Teori Pemodelan / Teori Belajar Social

Teori belajar sosial ini dikemukakan oleh Bandura yang menjelaskan bahwa kita belajar bukan saja dari pengalaman langsung, tetapi juga dari peneladanan. Tan (1981) juga Hardy (1989) mengemukakan bahwa pada prinsipnya teori belajar sosial menunjukkan sebenarnya setiap manusia tidak dilahirkan dengan memiliki suatu sikap atau nilai dari pandangan tertentu terhadap dunianya. Menurut Albert Bandura dalam Hardy (1985) mengajukan teori yang mencakup luas tentang perilaku manusia yang sering disebut dengan teori belajar sosial. Teori ini menjelaskan bagaimana manusia belajar secara langsung dari pengalamannya sebaik-baiknya dan menjadikan sesuatu yang pernah diamatinya itu sebagai modelnya. Menurut Miller dan Dollard ada 4 prinsip dalam belajar yaitu

a. Dorongan

Dorongan adalah rangsang sangat kuat yang mendorong organisme (manusia / hewan) untuk bertindak. Stimulus-stimulus yang cukup kuat biasanya bersifat biologis. Dorongan ini dibagi menjadi 2 yaitu dorongan primer dan dorongan sekunder. Menurut Miller dan Dollard, semua tingkah laku didasari oleh dorongan, termasuk tingkah laku tiruan.

b. Isyarat

Isyarat adalah rangsang yang menentukan bila dan dimana suatu tingkah laku balas akan timbul dan tingkah laku balas apa yang akan terjadi. Isyarat disini dapat disamakan dengan rangsang diskriminatif. Dalam belajar sosial, isyarat yang terpenting adalah tingkah laku orang lain, baik yang langsung ditunjukkan kepada seseorang tertentu maupun yang tidak.

c. Tingkah laku-balas

Miller dan Dollard berpendapat bahwa organisme mempunyai hierarki bawaan dari tingkah laku –tingkah laku (*innate hierarchy of responses*). Dalam tingkah laku sosial, belajar dan ralat dikurangi dengan belajar tiruan (*imitation learning*) dimana seseorang anak tinggal meniru tingkah laku orang dewasa untuk memberikan tingkah laku balas yang tepat sehingga ia tidak perlu membuang waktu untuk belajar dengan cara coba dan ralat.

d. Ganjaran

Menurut Miller dan Dollard, ganjaran adalah rangsang yang menetapkan apakah suatu tingkah laku –balas akan diulang atau tidak dalam kesempatan lain. ada dua macam ganjaran, yaitu ganjaran primer (yang memenuhi dorongan-dorongan primer) dan ganjaran sekunder (yang memenuhi dorongan –dorongan sekunder).

Dalam hal ini perilaku merupakan hasil perpaduan antara faktor kognitif dan lingkungan. Artinya, kita mampu memiliki ketrampilan tertentu bila terdapat jalinan positif antara stimuli yang kita amati dan karakteristik dari kita

(Rahmat,2007:242).Teori bandura menjelaskan bagaimana perilaku manusia itu muncul melalui empat tahapan , seperti :

- a. Perhatian, dalam hal ini, seseorang disugahi dengan banyak stimuli ketika dia berinteraksi . Menurut Bandura, peristiwa yang paling menarik untuk diamati adalah sesuatu yang tampak menonjol dan sederhana , terjadinya secara berulang ulang, serta menimbulkan kesan positif kepada pengamatnya, misalnya fenomena *Boyband/Girlband* Korea yang sedang banyak digandrungi.
- b. Peningkatan, untuk mengingat sesuatu seseorang harus merekam baik secara verbal maupun imaginal. Menurut bandura suatu peristiwa yang kita tekuni tidak cukup disimpan hanya didalam memori namun juga kita harus membayangkan bagaimana kita melakukan kegiatan yang kita tekuni tersebut.
- c. Reproduksi motoris, dalam reproduksi motoris ini kita menghasilkan kembali tindakan yang kita amati. Dalam hal menghasilkan kembali tindakan yang kita amati sangat bergantung pada ada tidaknya motivasi.
- d. Motivasional/ peneguhan, terdapat 3 jenis peneguhan yaitu peneguhan eksternal, peneguhan gantian dan peneguhan diri. Ketiga peneguhan ini dapat di contohkan sebagai berikut : misal sekelompok orang akan sulit menjadi dance cover manakala tidak ada dukungan atau apresiasi dari lingkungan bahkan teman dan keluarga hal ini akan mempersulit akitvitasnya. Namun sekelompok

dance cover akan lebih maju dengan keinginannya jika banyak yang mendukung, banyak yang menyukai apalagi akan memperoleh hadiah dari banyak orang.

Perilaku merupakan bentuk yang didasari dari teori pembelajaran social (*social learning*) dan imitasi merupakan teknik dimana seseorang belajar untuk mendapatkan teknik baru. Menurut sarwono (2004: 43) perilaku mempunyai arti yang lebih konkret dari pada jiwa. Karena konkret itu maka perilaku mudah dipelajari daripada jiwa dan melalui perilaku kita tetap akan dapat mempelajari jiwa. Menurut (walgito, 2006: 21) imitasi adalah dorongan untuk meniru orang lain. Istilah imitasi ini diperkenalkan oleh miller dan dollard yang merupakan cara terpenting dalam proses belajar sosial. Dimana seseorang akan mempelajari peran orang lain dan peranya sendiri di dalam kehidupan masyarakat, seseorang akan belajar untuk dapat menirukan tingkah laku sesuai dengan peran sosial yang telah dipelajari (**sarwono,1983:21**).

Dalam proses imitasi ini harus ada fenomena yang terjadi misal saja fenomena *Boyband / Girband* Korea yang sangat booming di kalangan remaja. Sehingga fenomena dan imitasi ini merupakan dua arah dimana fenomena tersebut adalah perilaku yang banyak disukai dan menjadi trend dan trend tersebut ditirukan oleh sekelompok orang sehingga orang yang menirukan akan menerima konsekuensinya misal terkenal atau banyak yang menyukai. contoh dari perilaku imitasi ini misalnya fenomena dari banyaknya kemunculan *cover dance*.

Kebanyakan dari *cover dance* ini memiliki idola *Boyband/ Girlband* dari negeri gingseng tersebut dikarenakan *Boyband/ Girlband* tersebut sedang booming dan memiliki banyak penggemar (fanbase) maka terjadilah perilaku meniru /perilaku imitasi terhadap *Boyband/Girlband* dari negeri Gingseng tersebut kepada kelompok/ sub *cover dance* Korea di Yogyakarta.

Menurut gerungan (2004: 68) ada macam-macam perilaku imitasi yang dapat dilakukan, seperti :

- a. Gaya berbicara : proses peniruan yang dilakukan karena memperhatikan orang yang di kagumi lewat gaya bicaranya.
- b. Gaya berpakaian : pada proses peniruan ini tidak hanya meliputi gaya berbicara, namun juga gaya berpakaian atau busana seseorang yang dikagumi lewat pancaindera.
- c. Cara menyatakan diri : cara menyatakan diri meliputi beberapa aspek seperti cara memberi salam, dan kebiasaan seperti yang dilakukan orang yang diidolakan.

Menurut Slamet (2009: 64) menjelaskan bahwa Albert Bandura dalam teori pembelajaran social melanjutkan terdapat jenis-jenis imitasi atau peniruan yaitu

- a. Peniruan langsung : pembelajaran langsung dikembangkan berdasarkan teori pembelajaran social dari albert bandura. Pembelajaran langsung adalah model pembelajaran yang dirancang

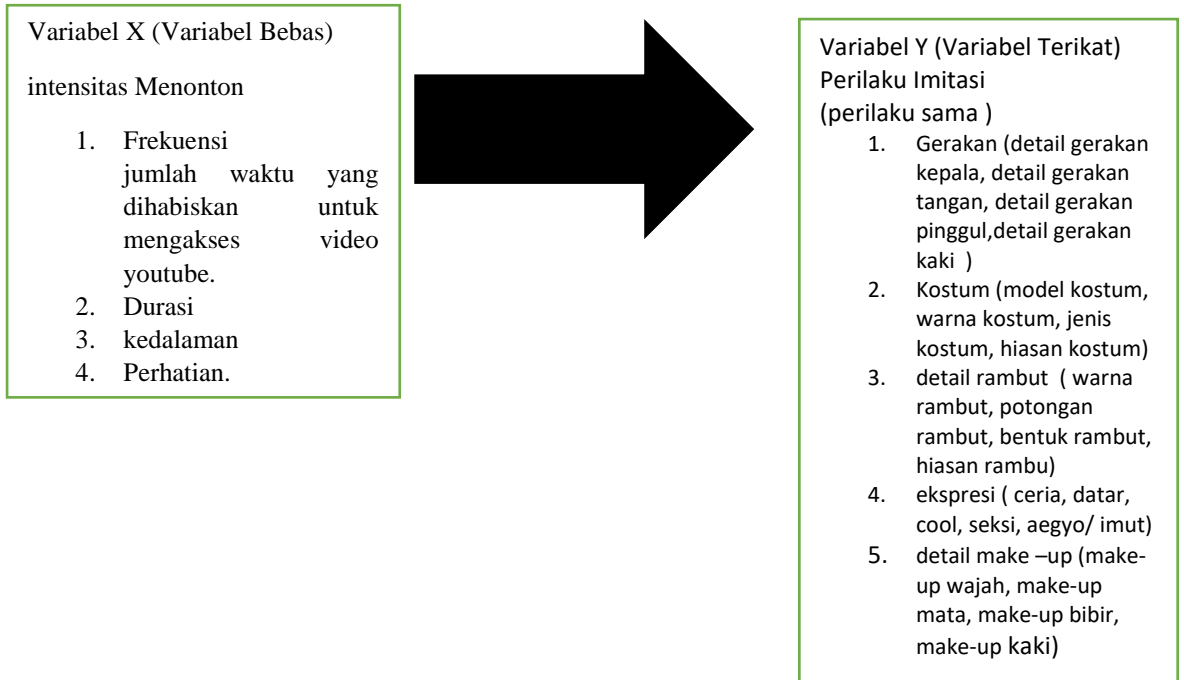
untuk mengajarkan pengetahuan prosedural yang diajarkan setahap demi setahap.

- b. Peniruan tak langsung : peniruan jenis ini adalah melalui imajinasi atau pemerhatian secara tidak langsung.
- c. Peniruan gabungan : peniruan jenis ini adalah dengan cara menggabungkan tingkah laku yang berlainan yaitu peniruan langsung dan tak langsung.
- d. Peniruan sekat laluan : tingkah laku yang ditiru hanya disesuaikan dengan situasi tertentu saja.
- e. Peniruan tak sekat laluan : tingkah laku yang ditiru boleh diperhatiakn dalam situasi apapun.

F. Kerangka Pikir

Menurut Uma Sekaran dalam bukunya *Business Research* (1992) mengemukakan bahwa, kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (**Sugiyono, 2015:91**). Kerangka pikir dibuat untuk menjelaskan secara teoritis antar variabel yang akan diteliti oleh peneliti. Berdasarkan penelitian ini, peneliti mengambil judul “ Pengaruh Intensitas Menonton Video *Boyband / Girlband* di Youtube terhadap perilaku imitasi pada grup *Cover Dance* Korea di Yogyakarta” . adapun variabel yang terdapat dalam hipotesa penelitian ini adalah Variabel X (Variabel bebas) dan Variabel Y (Variabel terikat). Model yang digunakan dalam penerapan penelitian ini terlihat seperti gambar dibawah ini :

tabel 1.4
Kerangka pikir



G. Definisi Konseptual dan Operasional

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang digunakan untuk mengembangkan secara abstrack dari kejadian keadaan kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu social (Singarimbun, 1999:33). Adapun konsep dalam penelitian ini adalah

- 1) Intensitas menonton *Boyband/ Girlband* Korea (X) merupakan sejauh mana tingkat memperhatikan video Boyband dan Girlband , dengan menggunakan definisi sebagai berikut , Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas adalah keadaan dari tingkatan, ukuran, kedalaman serta perhatian.

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia menonton berasal dari kata tonton diartikan sebagai melihat pertunjukan , gambar hidup. Sehingga Intensitas menonton dapat diartikan sebagai jumlah terjadinya kegiatan melihat pertunjukan atau gambar hidup. Intensitas menonton *Boyband /Girlband* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kerap, jumlah dan dalam nya terjadi sesuatu kegiatan menyaksikan tayangan di youtube dalam kurun waktu tertentu.

- 2) Perilaku imitasi (Y) yaitu sejauh mana tingkat mengimitasi boyband dan girlband korea , dengan menggunakan definisi sebagai berikut :

Menurut Neil Miller dan John Dolard, dua orang ahli psikolog ini mengatakan bahwa imitasi merupakan hasil proses pembelajaran yang di tiru orang lain dan proses belajar ini dinamakan sebagai “*social learning*”. Ketika seseorang telah merasa memiliki ilmu tambahan ketika meniru orang lain kemungkinan orang tersebut akan melakukan perilaku peniruan. menurut Bandura, sebagian besar tingkah laku manusia dipelajari melalui peniruan maupun penyajian contoh tingkah laku (modelling). Hasil eksperimen Bandura dan Richad Walters mendapati bahwa selain melalui pembelajaran sosial, proses peniruaan dapat dilakukan dengan pengamatan atau sering disebut

dengan “observational learning” terhadap orang yang ditiru (perilaku model).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (**Masri Singarimbun, Sofian Effendi,1989:46**). Definisi operasioanal merupakan semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur satu variabel.

Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang saling berkaitan , variabel tersebut antara lain sebagai berikut :

- a. Intensitas menonton boyband dan girband korea di youtube (variabel X) merupakan seringnya mereka (komunitas dance cover) dalam menonton youtube, indikatornya :
 1. Frekuensi, Seberapa sering mengakses video Boyband /Girband di youtube dalam waktu satu hari (sering, kadang kadang, tidak pernah)
 2. Durasi, diukur dari seberapa lama waktu yang digunakan saat mengakses video *Boyband / Girband* Korea dalam permenitnya.
 3. Dalam, diukur dari keseriusan seseorang ketika melihat video *Boyband/ Girband* Korea di youtube.

4. Perhatian, diukur dari seberapa banyak unsur yang diperhatikan didalam video *Boyband/ Girlband* Korea di Youtube.
- b. Perilaku mengimitasi pada komunitas dance cover di Yogyakarta (variabel Y). Variabel Y ini diukur berdasarkan apa yang ditiru dari boyband dan girlband Korea ;
- 1) Gerakan , di ukur dari segi kemiripan detail gerak kepala, detail gerak tangan, detail gerak kaki, detail gerak pinggul dan detail seluruh badan yang dilakukan oleh dance cover di Yogyakarta saat menirukan gerakan boyband/ girlband Korea saat tampil.
 - 2) Kostum , di ukur dari tingkat kesamaan pada model kostum, jenis kostum, warna kostum,acesoris pada kostum yang di pakai oleh dance cover di Yogyakarta saat tampil.
 - 3) Detail rambut, di ukur dari kesamaan gaya rambut yang di pakai warna ramut, potongan rambut, bentuk rambut, hiasa pada rambut dance cover di Yogyakarta saat menampilkan dance.
 - 4) Detail ekspresi , diukur dari kesamaan ekspresi saat dance cover tampil diatas panggung dengan boyband/girlband yang di cover (ekspresi ceria, datar cool, seksi, aegyo)

- 5) Detail make up, diukur dari bentuk make up wajah, make up mata, make up bibir dan make –up kaki yang di gunakan dance cover saat tampil dengan boyband/ girlband yang dicover .

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan peneliti. Hipotesis ini merupakan dugaan yang sifatnya sementara terhadap permasalahan penelitian hingga terbukti benar adanya melalui data yang peneliti kumpulkan.

Judul penelitian : Pengaruh Intensitas Menonton video *Boyband/Girlband* Korea di Youtube Terhadap perilaku imitasi pada Grup *Cover Dance* Korea di Yogyakarta.

Variabel Bebas (X) : Intensitas menonton, sedangkan

Variabel terikat (Y) : Perilaku imitasi

Terdapat 2 hipotesis penelitian, yaitu :

- 1) H_a : Terdapat Pengaruh Intensitas Menonton Video *Boyband/Girlband* Korea di Youtube terhadap Perilaku Imitasi pada Grup *Cover Dance* Koreadi Yogyakarta.
- 2) H_o : Tidak terdapat pengaruh Intensitas menonton video *Boyband /Girlband* korea di youtube terhadap perilaku imitasi pada grup *cover dance* Korea di Yogyakarta.

I. METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatif. Penelitian jenis eksplanatif ini memberikan penjelasan dan alasan dalam bentuk hubungan sebab dan akibat (Morissan,2012:38). Dalam penelitian ekplanatif ini dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan dan kedudukan antar variabel satu dan variabel lainnya (sugiyono,1999:11).

B. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas : obyek / subjek yang mempunyai kualitas untuk dipelajari dan kemudiandan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (sugiyono, 2015:117). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi peneliti yaitu Grup *Cover Dance* di Yogyakarta, sebagai berikut :

Tabel 1.5
Tabel Populasi Grup Cover Dance Korea Di Yogyakarta tahun 2016

No	Group	Jumlah
1	Flower Boys	6
2	SUICIDE SQUAD	9
3	Fushion	8
4	Star war	9
5	S1c	8
6	Two eye	9
7	Skylark	9
8	Pi	6
9	SNEJ	9
10	AGATE	6
11	CoiN	7
12	LVNAR	4
13	WARSCHOOL	12
14	PARADOX COSMIX	14
15	FRESHLATTE	9
16	GFX	9
17	Ohana	4
18	Epsilon	7
19	Sofroshine	12
20	Axe	9
21	E7	7
22	Maxcum	8
23	Ultros	4
24	x-cross	2
25	Silverteam	4
26	Chevalier	9
27	CKWsq	11
28	Nixie	8
29	Marxmallow	7
JUMLAH		226

(Sumber: olahan data peneliti tahun 2017)

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono,2015:118). Tidak semua dari populasi akan diteliti dalam penelitian ini, namun hanya sebagian saja melalui sampel. Sampel harus sesuai dengan populasi yang ada. Untuk mengetahui responden yang di jadikan sampel dalam penelitian ini di hitung menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin ini untuk menentukan ukuran sampel minimal (n) jika diketahui ukuran populasi (N) pada taraf signifikan a. Sehingga kemungkinan terjadinya kesalahan yaitu 5% atau $\alpha = 0.05$. adapun rumus Solvin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = sampel

N=populasi

d= 5% /0,05

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

$$n = \frac{227}{226 \cdot 0,05^2 + 1} = \frac{227}{2,85} = 79,6$$

= 80 Responden

Berdasarkan rumus diatas, jumlah populasi grup cover dance berjumlah 29 grup dengan total individu 227. Tingkat kesalahan yang dikehendaki sebesar 5 % maka jumlah sampe yang akan digunakan sebanyak 80 individu untuk mewakili populasi grup Cover Dance di yogyakarta. Dari 29 grup cover dance peneliti mendapatkan hasil secara acak menggunakan Teknik pengambilan sampling adalah simple cluster sampling. Teknik simple cluster sampling ini di gunakan ketika kerangka sampel yang digunakan untuk dasar pemilihan sampel tidak tersedia atau tidak lengkap dan biaya yang digunakan untuk membuat kerangka sampel terlalu tinggi.

Untuk mengatasi hal tersebut maka dibuatlah unit-unit analisa dalam populasi dan digolongkan ke dalam gugus-gugus yang disebut dengan clusters dan ini akan menjadi satuan-satuan dari mana sampel akan diambil. Jumlah gugus yang diambil sebagai sampel harus secara acak dan kemudian jika sudah didapatkan dalam gugus tersebut harus diteliti semua (**Masri Singarimbun, Soffian Effendi, 1989:166**). Disini terdapat beberapa grup yang telah terpilih sebagai sampel yang peneliti pilih secara acak . diantaranya yaitu grup Flower Boy dengan total anggota 6, grup Suicide Squad dengan anggota 9 orang. Grup e7 dengan personil berjumlah 7 orang, grup S1C yang berjumlah 8 orang, grup Maxcum dengan anggota 8, Grup SNEJ dengan anggota 9, Grup Skylark dengan 9 anggota, grup Sofroshine yang berjumlah 12 rang, grup warschool dengan 12 anggota.

J. METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang digunakan berdasarkan sumber dari :

a. Data primer

Data primer adalah data pokok, data utama yang peneliti peroleh langsung dari responden melalui kuesioner dan pengamatan langsung terhadap sumber yang diteliti. Kuesioner adalah suatu cara data dengan menyebarkan pertanyaan kepada responden dengan harapan responden dapat memberi jawaban sesuai dengan pertanyaan yang diajukan (husein, 2002:88)

b. Data sekunder

Data sekunder ini adalah data tambahan yang peneliti peroleh dan kumpulkan dari pihak-pihak lain. dalam penelitian ini peneliti memperoleh data sekunder melalui sumber sumber lain yang mendukung.

K. TEHNIK PENGUKURAN SKALA

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala ukuran Likert . menurut sugiyono skala likert adalah metode yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu gejala atau tentang suatu fenomena tertentu (**Oktavia Nova, 2015:52**). Dalam pengukuran skala ini biasanya penilaian menggunakan 5 angka :

(1) Sangat tidak setuju

(2) Tidak setuju

(3) Netral

(4) Setuju

(5) Sangat setuju

L. TEHNIK ANALISIS DATA

Tehnik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu analisis data yang menggunakan pengukuran dan pembuktian-pembuktian khususnya pengujian hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya dengan metode statistik (**Masri Singarimbun,1989:263**). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Intensitas menonton Video *Boyband /Girllband* Korea di Youtube terhadap perilaku imitasi pada grup *cover dance* Korea di Yogyakarta. Adapun alat uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis regresi linear

Analisis regresi linear yaitu analisa untuk menjelaskan pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Rumus dalam persamaan linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan

\hat{Y} : nilai suatu variabel Y yang diprediksi berdasarkan variabel X

a : konstan (nilai Y jika X=0)

X: nilai variabel bebas

B : Koefisien regresi (perubahan rata-rata Y untuk setiap perubahan satuan variabel X)

M. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

a. Uji validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (**Singarimbun dan Affendi 1995:122**). Dalam menguji hipotesis secara umum peneliti menggunakan Confirmatory Faktor Analysis. Dalam penelitian ini digunakan uji validitas menggunakan CFA (Confirmatory Faktor Analysis). Menurut Ghozali (2008:29) CFA (Confirmatory Faktor Analysis) digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel.

Butir-butir pertanyaan yang mempunyai faktor loading yang valid yaitu $\geq 0,05$ dan tidak menjadi anggota dua faktor, menunjukkan bahwa indikator-indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur suatu konstruk yang sama dan dapat memprediksi apa yang seharusnya di prediksi. Jika masing-masing indikator merupakan indikator pengukur konstruk, maka akan memiliki nilai loading faktor yang tinggi. Analisis faktor konfirmatori akan mengelompokkan masing-masing indikator kedalam beberapa faktor. Jika indikator merupakan indikator konstruk maka dengan sendirinya akan mengelompok menjadi satu dengan faktor loading yang tinggi.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (**Singarimbun, Affendi, 1995:40**). Pengujian reliabilitas setiap variabel dilakukan dengan cronbach alpha coefficient. Menurut Nunnally (1994) dalam Ghozali (2011) suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha > 0,70 . pengukur ini menggunakan SPSS dengan uji statistic Cronbach Alpha (α).

Dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

Keterangan :

N : jumlah butir

V_i : Varians butir

A : jumlah

V_t : Varians nilai total

