

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN DI YOUTUBE  
BOYBAND/GIRLBAND K-POP TERHADAP SIKAP NARSIS PADA  
DANCE COVER YOGYAKARTA (PERIODE 2018-2019)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

**DYO RIZKY GALIH PUTRA**

**20140530117**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI**

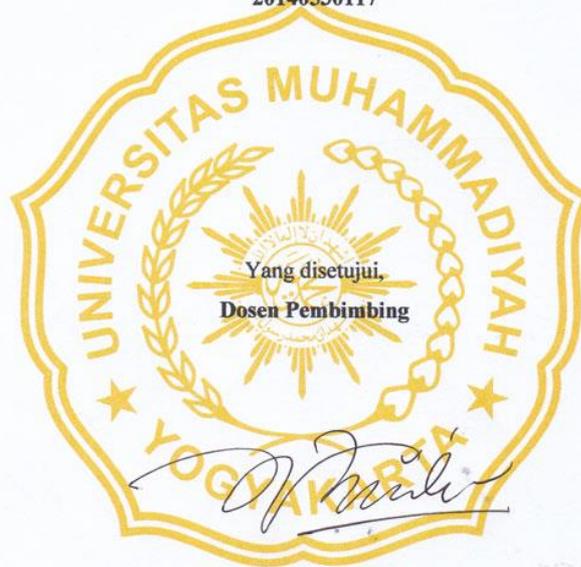
Naskah Publikasi dengan Judul

**Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan di Youtube Boyband/Girlband K-Pop  
Terhadap Sikap Narsis pada Grup Dance Cover Yogyakarta (Periode 2018 – 2019)**

Oleh

**Dyo Rizky Galih Putra**

**20140530117**



**Dr. Suciati, S.Sos, M.Si.**

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Dyo Rizky Galih Putra (20140530117)

**“Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan di Youtube Boyband/Girlband K-Pop Terhadap Sikap Narsis pada Dance Cover Yogyakarta” Tahun Skripsi : 2019 + 118 hal + 16 hal lampiran + 9 gambar + 17 tabel + 3 diagram**

*Korean wave* atau *Hallyu* merupakan salah satu dari sekian banyak budaya populer yang masuk ke Indonesia. Lagu-lagu, tarian yang menarik dan lifestyle membuat masyarakat ingin mengikuti budaya tersebut, di tambah dengan dukungan media membuat Korean wave menjadi sebuah fenomena besar dikalangan kaum muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas menonton tayangan *Boyband/Girlband* K-Pop di Youtube terhadap sikap narsis pada grup *dance cover* Korea di Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah eksplanatif, metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan kuisioner. Sampel pada penelitian ini melibatkan 60 anggota *dance cover* di Yogyakarta. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan rumus regresi linear sederhana. Melalui penelitian ini peneliti menemukan pengaruh intensitas menonton video *Boyband/Girlband* K-Pop terhadap sikap narsis pada grup *dance cover* di Yogyakarta. Berdasarkan tabel hasil perhitungan regresi linear sederhana di atas konstanta sebesar 19,363 artinya sikap narsis yang terjadi sebelum adanya intensitas menonton sebesar 19,363, sedangkan nilai konstanta X sebesar 0,776 artinya sikap narsis mengalami kenaikan sebesar 0,776. Hasil uji analisis regresi linear ditemukan bahwa Intensitas menonton memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dan tingkat signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan di Youtube Boyband/Girlband K-Pop terhadap Sikap Narsis pada Dance Cover Yogyakarta dapat di terima. Hasil yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara intensitas menonton tayangan Boyband / Girlband ini juga dilihat pada hasil nilai yang diperoleh pada R adjust square dengan kontribusi nilai sebesar 0,257 atau 25,7% sedangkan sisanya sebesar 74,3% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini seperti faktor psikologis kognitif dan lingkungan.

**Kata kunci:** intensitas menonton, *dance cover*, sikap narsis

## ABSTRACT

**"The Effect of Intensity of Watching Boyband/Girlband K-Pop on Youtube Channel Against Narcissistic Attitude on Dance Cover Yogyakarta" Thesis  
Year: 2019 + 118 pages+ 16 pages of attachment+ 8 pictures + 17 tables + 3 diagram**

The Korean wave or Hallyu is one of many popular culture coming into Indonesia. Songs, dance choreography and lifestyle make people want to follow it, moreover the media supported the Korean wave so it's become a phenomenon among young people. This research aimed to find out how big the effect of intensity of watching Boyband/Girlband K-Pop video on Youtube towards narcissistic attitude on dance cover group in Yogyakarta. This type of research is explanative, using data collection method and survey method by questionnaire. The samples on this research involved 60 members of korean cover dance in Yogyakarta. Then the data obtained were analyzed using simple linear regression formula. Through this study, researchers found that the influence of watching Boyband/Girlband K-Pop video intensity against narcissistic attitude on dance cover Yogyakarta. Based on the calculation of simple regression linear above the constants is 19,363 which mean the narcissistic attitude that occurred before the existence of watching video intensity is 19,363, where as the value of X constants is 0.776 means imitation behavior increasing 0.776. From the result of regression linear analysis, it found that the watching intensity has a significant value of 0,000 and its significance level is 0,000 which is smaller than 0.05, then it can be inferred that the hypothetical influence of watching Boyband/Girlband K-Pop videos intensity on Youtube against narcissistic attitude on dance cover Yogyakarta could be received. The results showed that there are influences between the intensity of watching Boyband/Girlband K-Pop is also seen in the results obtained at values on R adjust square with the contribution value of 0.257 or 25,7% while the rest of 74,3% is explained by factors other than this research such as cognitive psychological and environmental factors.

**Keywords:** watching intensity, dance cover, narcissistic attitude

## PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara dengan beraneka ragam kebudayaan yang tersebar di seluruh nusantara. Tak hanya budaya lokal, bahkan di era globalisasi ini

Indonesia turut dimasuki banyak budaya populer yang berasal dari berbagai negara. Hal ini merupakan salah satu wujud korelasi kerjasama Indonesia terhadap negara lain. Saat ini budaya yang mengalami peningkatan kosistensi serta menjamur secara luas di negara Indonesia adalah budaya populer dari Korea Selatan. Hal ini disebabkan budaya Korea Selatan tidak hanya dikonsumsi di wilayah Asia saja, tetapi begitu berkembang secara pesat merambah luas hingga diterima di masyarakat seluruh dunia. *Korean popular music*, atau yang dikenal sebagai ‘K-pop’, telah menjadi fenomena nyata yang menarik penggemar dari seluruh dunia dan merupakan salah satu bagian *Hallyu*.

Tidak dapat dipungkiri bahwa fenomena besar penyebaran *Korean Wave* didukung oleh peningkatan penggunaan teknologi pada media massa seperti dalam media-media *online*. Media massa memungkinkan informasi dengan mudah didapatkan oleh masyarakat secara global. Sehingga mempengaruhi gaya hidup, cara pandang, dan budaya masyarakat tersebut. Salah satu media *online* yang paling berpengaruh dalam menyediakan akses bagi pengguna internet untuk menonton video, khususnya video K-Pop, adalah Youtube. Jumlah penonton tayangan video di Youtube terhadap 200 artis K-Pop teratas telah meningkat hingga mencapai 3 kali lipat sejak tahun 2012. Sedangkan pada tahun 2017, video oleh artis K-Pop telah ditonton sebanyak total 24 miliar kali, dengan jumlah 80 persen penonton berasal dari luar Korea Selatan.

Media massa memiliki peran yang besar terhadap pembentukan narsisme sosial. Seperti halnya media massa memberikan suatu efek kepada orang biasa untuk menjadi lebih dari biasa dengan menjadikan dirinya seperti apa yang ditonton agar terlihat sama seperti idola. Seperti halnya media massa, Youtube menyajikan sebuah ilusi kemegahan, glamor, dan superioritas dalam sosok *public figure* yang muncul dalam program acara tertentu.

Dalam penelitian ini, subjek yang dituju adalah sekumpulan grup Dance Cover Yogyakarta. Dance Cover merupakan kegiatan dimana pesertanya menirukan gerakan *dance* sama seperti gerakan dalam lagu *boyband* atau *girlband* tertentu. Oleh karena itu, orang yang mengikuti Dance Cover memiliki

kecenderungan untuk lebih sering menonton video K-Pop lebih banyak dari orang pada umumnya. Hal ini disebabkan karena mereka harus sering menonton video dance K-Pop untuk dipelajari dan kemudian ditiru gerakannya.

## **Kerangka Teori**

### **1. Media Baru**

New Media atau media online diartikan sebagai produk dari komunikasi yang dipengaruhi oleh teknologi bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). New Media adalah suatu media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara pribadi maupun secara publik (Mondry, 2008: 13).

Kekuatan new media adalah teknologi komunikasi yang melibatkan komputer, agar mempermudah dan mempercepat mendapatkan informasi dari internet serta karakteristiknya yang mudah di akses yaitu mudah di gunakan dimana saja tanpa melalui komputer namun sekarang bisa melalui handphone smartphone, android, tablet. Serta media interaktif memiliki unsur audio-visual (termasuk animasi) dan disebut interaktif karena media ini dirancang dengan melibatkan respon pemakai secara aktif (Rudi, 2013: 362).

### **2. Efek Media Baru**

Menurut McLuhan (1965) *New media* yang dimaksud adalah perkembangan teknologi komunikasi yang dalam sejarahnya telah memperluas jangkauan komunikasi manusia. Bagi McLuhan perkembangan tersebut berpuncak pada era media massa modern. Menggunakan istilah *new media* untuk mengartikan sesuatu yang sangat mirip dengan apa yang dimaksud dengan *new media* saat ini. Teknologi komunikasi baru yang menghasilkan efek budaya yang luas, sulit diprediksi, dan mengganggu, serta mengubah dinamika hubungan manusia.

Ronald E. Rice (1984) mendefinisikan new media sebagai teknologi komunikasi yang memfasilitasi dan memungkinkan untuk terjadinya interaktifitas antar pengguna dan interaktifitas antara pengguna dengan

informasi. Interaktifitas disini merupakan karakteristik dari sebagian besar new media. Gagasan yang terkandung dalam definisi tersebut adalah para pengguna dapat menggunakan teknologi informasi yang ada untuk memproduksi dan mendistribusikan konten multimedia secara online, termasuk di dalamnya, video, foto, teks dan suara.

### **3. Sikap**

Sikap manusia merupakan prediktor yang utama bagi perilaku (tindakan) sehari-hari, meskipun masih ada faktor-faktor lain, Yaitu lingkungan dan keyakinan seseorang. Hal ini menjelaskan bahwa kadang-kadang sikap dapat menentukan tindakan seseorang, tetapi kadang-kadang sikap tidak terwujud menjadi suatu tindakan. Menurut *Theory of Reasoned Action* Fishbein dan Ajzen dalam (Siregar, 1993: 17).

Dilihat dari strukturnya, sikap terdiri atas tiga komponen yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Komponen kognitif berupa keyakinan seseorang (behavior belief dan group belief), komponen afektif menyangkut aspek emosional, dan komponen konatif merupakan aspekkecenderungan bertindak sesuai dengan sikapnya. Komponen afektif atau aspek emosional biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap, yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin mengubah sikap (Azwar, 1988:17-18).

### **4. Narsisme**

Narcissistic Personality Disorder (NPD) adalah sebuah perilaku yang mana seseorang bangga terhadap dirinya sendiri dan memerlukan perhatian serta kekaguman dari orang lain. Kecenderungan narsisme menurut psikoanalisa ditandai dengan kecintaan individu pada karakteristik dirinya sendiri atau tubuhnya sendiri, sehingga individu merasa dirinya adalah seorang yang sangat penting dan individu merasa tidak peduli dengan dunia di luar dirinya (Kartono, 1989).

Emmons dalam Apsari (2012: 188-189) memberikan 4 karakteristik yang khas pada kecenderungan narsisme berdasarkan DSM-III (*Diagnostic and Statistical Manual III*), yaitu :

1. *Leadership (authority)*, yaitu anggapan sebagai pemimpin atau sebagai orang yang berkuasa.
2. *Superiority (arogance)*, yaitu rasa superior atau keangkuhan. Suatu rasa diri yang besar, penting dan khusus.
3. *Self absorption (self admiration)*, yaitu penyerahan diri atau kekaguman pada diri sendiri.
4. *Exploiteness (entitle ment)*, yaitu memanfaatkan orang lain untuk kepentingan pribadi

#### **5. Exposure Media (Terpaan Media)**

Terpaan media menurut Shore (1985: 26) tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seseorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut, Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok. Dan ketika proses tersebut berlangsung maka disitu lah peran komunikasi dalam menggunakan media massa terjadi.

Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok. Dan ketika proses tersebut berlangsung maka disitu lah peran komunikasi dalam menggunakan media massa terjadi.

## **Metode Penelitian**

### **1. 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).

### **2. Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti hanya fokus meneliti seberapa besar pengaruh Sikap Narsis yang dihasilkan dari menonton tayangan Youtube *Boyband/Girlband* K-Pop, dengan meneliti subjek grup dance cover yang berada di Yogyakarta sebanyak 60 responden.

### **3. Jenis Data dan Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari narasumber dengan cara melakukan wawancara secara langsung dan menggunakan kuisisioner berbasis online menggunakan perantara Google Drive.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

- Deskriptif Intensitas Menonton

Berikut disajikan Grafik Intensitas Menonton responden *dance cover* Yogyakarta dengan memperhatikan frekuensi, durasi dan kedalaman

### Intensitas menonton

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tinggi	13	21,7	21,7	21,7
	Tinggi	15	25,0	25,0	46,7
	Sedang	13	21,7	21,7	68,3
	Rendah	10	16,7	16,7	85,0
	Sangat Rendah	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

(Sumber olah data primer 2018)

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden memiliki kategori yang tinggi dalam intensitas menonton tayangan boyband/girlband sebesar 25%. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum responden terbukti dari tingginya durasi menonton dan dalamnya responden dalam menonton tayangan boyband/girlband k-pop bagi mayoritas responden.

- Deskriptif Tingkat Kepercayaan

Berikut disajikan Grafik tingkat sikap narsis berdasarkan 4 kategori *narcisctic disorder*

### Sikap narsis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tinggi	3	5,0	5,0	5,0
	Tinggi	15	25,0	25,0	30,0
	Sedang	32	53,3	53,3	83,3
	Rendah	9	15,0	15,0	98,3
	Sangat Rendah	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

(sumber olah data primer 2018)

Hasil ini mengindikasikan bahwa responden cenderung bersikap sedang yang dianggap sebagai jawaban netral atau menyikapi secara wajar sebesar 53% dari 60 responden. sehingga sudah mampu memberikan jawaban secara sedang atau adanya membatasi diri bagi responden.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,363	1,483		13,054	,000
	Intensitas menonton	,776	,173	,507	4,481	,000

a. Dependent Variable: Sikap narsis

(sumber olah data primer 2018)

Dari output model coefficients menunjukkan bahwa persamaan regresi sederhana yang diperoleh dari hasil analisis adalah:

$Y(\text{Sikap Narsis}) = 19,363 + 0,776 X$  Dari persamaan regresi diatas diperoleh bahwa terdapat hubungan yang positif antara X dengan Y, sehingga dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 19,363 menyatakan bahwa besarnya Y adalah 19,363 dengan asumsi bahwa X adalah konstan.
2. Koefisien regresi X sebesar 0,776 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai X akan meningkatkan Y sebesar 0,776

Yang berarti bahwa variabel intensitas menonton berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan subscriber pada jasa pembelian mobil bekas Mas Wahid sebesar 74,3%, sisanya 25,7% yang dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukan ke Dalam penelitian ini adalah faktor psikologi kognitif dan sosiologis. William J. McGuire menyebutkan bahwa motif kognitif dan afektif menekankan kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu. Pada kelompok motif kognitif ini berorientasi pada pemeliharaan keseimbangan

yang mengaitkan dengan salah satu teorinya menyatakan bahwa individu memperoleh kepuasan dalam mengungkapkan eksistensi dirinya, akan menampakkan perasaan dan keyakinannya. Komunikasi massa yang notabene media youtube mempermudah penonton yaitu kelompok *dance cover* untuk berfantasi, melalui identifikasi dengan para *public figure* atau *idol boyband/girlband* yang dicover oleh para *dance cover* sehingga penonton secara tidak langsung mengungkapkan perasaannya. Media massa bukan saja membantu orang untuk mengembangkan sikap tertentu, tetapi juga menyajikan berbagai permainan untuk ekspresi diri dari teori ekspresif (Rakhmat, 1994:208).

Hal lain yang mempengaruhi sebuah sikap narsisme ialah faktor sosiologis yang dimaksud adalah faktor lingkungan (eksternal), sebagaimana Azwar (2011) menjelaskan bahwa orang lain di sekitar kita merupakan salah satu di antara komponen sosial yang ikut memengaruhi sikap manusia. Dalam hal ini, individu yang mengikuti suatu komunitas atau memiliki teman lingkungan *dance cover*, terjalin interaksi di antara individu dengan orang lain yang terjadinya suatu pertukaran informasi, tingkah, pendapat, yang memiliki arti khusus (*significant others*) yang berhubungan K-Pop, akan banyak memengaruhi pembentukan sikap individu terhadap pengaruh intensitas menonton. Bahkan orang-orang terdekat memiliki hobi yang sama serta kesukaan pada *dance cover* K-Pop tersebut. Maka secara tidak langsung lingkungan tersebut akan mendorong seseorang untuk mengikuti yang sesuai dengan hobi dan kesukaan masing-masing individu.

Lingkungan yang dimaksud dalam faktor lain ini media internet berupa Youtube. Tentunya faktor media massa ini adalah faktor utama dalam sebuah pembentukan sikap. Pasalnya, bahwa media massa menanamkan sikap setiap individu, kemudian disebarkan membuat individu yakin dengan apa yang dilihatnya. Dimana media internet youtube ini membawa budaya Korean Wave masuk untuk disukai oleh masyarakat global. Media telah banyak menayangkan suatu fenomena yang sedang populer untuk saat ini hingga masyarakat dengan sangat mudah mengaksesnya.

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap variabel sikap narsis dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban netral dari setiap indikator sikap narsis, yang menunjukkan responden menilai bahwa tiap individu bersikap narsis dengan kadar yang wajar sebesar 25,7%. Dikaitkan dengan pernyataan Millon (Harmawan, 1999: 12) bahwa gangguan narsistik merupakan gangguan kepribadian yang tidak parah karena masih adanya struktur kohesif dalam dirinya, dan berbeda dengan gangguan lainnya. Dalam fenomena narsistik bisa saja terjadi pada individu yang normal dan dikategorikan sebagai pribadi yang memiliki rasa percaya diri (*confident personality*) saja dan didukung dengan adanya *self-control* yang baik sehingga membuat responden dance cover Yogyakarta bisa mengontrol kecenderungan narsistiknya dapat dikelola dengan baik dan hanya sebatas imitasi pada style K-Pop dan karakter *idol* yang sudah menjadi keharusan bagi para *dance cover*

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa statistik dan rumusan masalah yang telah dijawab dalam penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian pengaruh intensitas menonton tayangan di youtube *Boyband/Girlband* K-Pop terhadap sikap narsis pada dance cover Korea di Yogyakarta, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dari intensitas menonton terhadap sikap narsis. bahwa variabel intensitas menonton berpengaruh terhadap Sikap Narsis pada Dance Cover Yogyakarta sebesar 25,7% sisanya 74,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti faktor kognitif dan faktor sosiologis (lingkungan). Hal ini membuktikan bahwa intensitas menonton membawa pengaruh terhadap sikap narsis. Perkembangan

Internet merupakan salah satu alat sebagai penghubung antara para cover dance dan artis idola merupakan media yang dimanfaatkan dalam penyebaran Korean Wave.

Bagian dari sikap narsis pada grup *dance cover* Yogyakarta yang menonton tayangan *boyband/girlband* K-Pop di Youtube tidak memperlihatkan adanya kecenderungan narsis yang terganggu, sebagian besar dari mereka mampu mengontrol kecenderungan tersebut dengan baik. Hal tersebut didukung dengan adanya faktor-faktor self control dalam individu yaitu faktor internal berupa usia, kepribadian diri, pengetahuan serta faktor lingkungan.

### **Saran**

Saran Langkah terakhir dari penelitian ini adalah mengajukan sejumlah saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk peneliti-peneliti selanjutnya, diantaranya adalah :

1. Untuk grup dance cover Yogyakarta yang notabeneanya adalah mengcover *idol* diharapkan untuk selalu mengontrol diri agar tidak terpengaruh dengan timbulnya kecenderungan narsis baik dalam diri maupun pengaruh dari luar dengan mengendalikan diri, seperti menjaga sikap. Menggunakan kesadaran ketika pikiran atau perasaan negatif muncul, serta memperbanyak informasi dan kemampuan untuk menghadapi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sehingga para dance cover bisa membatasi diri sebatas imitasi.
2. Untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan dengan variabel-variabel yang peneliti sebutkan sebagai faktor tambahan seperti psikologis kognitif, sosiologis (lingkungan) untuk penelitian berikutnya, peneliti dapat mengganti subjek dengan komunitas-komunitas K-Pop yang tersebar di Yogyakarta tidak hanya komunitas grup dance cover, tetapi bisa meneliti subjek komunitas *fanbase*.

3. Untuk penelitian selanjutnya, menghindari pengisian kuisioner secara asal disarankan untuk melakukan penyebaran secara tatap muka. Agar meminimalisir jawaban yang kurang memuaskan jika dirasa kurang sesuai dengan yang diinginkan peneliti serta membuat penelitian menjadi lebih intim.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Ardianto & Erdinaya, Lukiati Komala. (2005). *Komunikasi massa: suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Azwar, Saifuddin. (2011). *Dasar-dasar Psikometri Cetakan X*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creeber, G., & Martin, R. (2009). *Digital Cultures: Understanding Media baru*. Berkshire. England: McGraw-Hill.
- Daryanto. (1997). *Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ghufron, M. N & Risnawita, S. R. (2014). *Teori-Teori Psikologi*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Harmawan, Lilly. (1999). *Fenomena Narsisisme Tidak Sehat di Kalangan Profesi Muda Jakarta*. Jakarta.
- Jamilah M., M.Si, Eli. (2016). *Modul Perkuliahan "New Media and Society"*. Universitas Mercubuana
- Kartono, K. (1989). *Psikologi Wanita Jilid III*. Bandung : Penerbit Alumni.

- Kartono, Kartini, (1992). *Pathologi sosial 2 ( kenakalan remaja)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lee, D. Y. (Ed.). (2011). *Idol: From H.O.T. to Girls' Generation, Idol Culture Report*. Seoul, Korea: Imagine.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mahmud, Dimiyati. (2001). *Psikologi Suatu Pengantar*. Yogyakarta : BPFE.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's mass communication theory*. London: Sage publications.
- McLuhan, Marshall. (1965). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Mondry, (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. (2001). *Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo
- Rice, Ronald. E, and Bair, James. H. (1984). "New Organizational Media and Productivity" dalam Rice, Ronald. E. & Associates. *The New Media*

*Communication, Research, and Technology*. California : Sage Publications, Inc.

Severin, Werner J dan James W. Tankard, Jr. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di dalam Media Massa (Edisi 5) (Sugeng Hariyanto, Penerjemah)*. Jakarta: Kencana

Shim, Doobo (2006). "*Hibridity and The Rise of Korean Pop Culture in Asia.*", *Media, Culture, and Society*. Vol.28 (1) : 25-44. London: SAGE Publication

Shore, Larry. (1985). *Mass Media For Development and Examination of Access, Exposure and Impact*. New York.

Singarimbun, Masri. (1999). *Metode dan Proses Penelitian dalam Metode Penelitian Survei*. Yogyakarta: LP3ES.

Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika

Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2006). *Media now: Understanding media, culture, and technology*. Thomson Wardsworth

Suciati. (2015). *Psikologi komunikasi Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam*. Yogyakarta : Buku Litera

## **INTERNET**

The New York Times. (2006, January 2). China's youth look to Seoul for inspiration. Retrieved on April 19, 2015, from:

<http://www.nytimes.com/2006/01/02/international/asia/02korea.html>,

diakses pada tanggal 25 April 2018

- Mamiya, F. (2011). "How J-pop Could Conquer the Asian Market." Japan Foreign Policy Forum, December 2.  
<http://www.japanpolicyforum.jp/archives/culture/pt20111202181601.html>, diakses pada tanggal 25 April 2018
- Kim, Sohee. (2017, Agustus 23). The \$4.7 Billion K-Pop Industry Chases Its Michael Jackson Moment'.  
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-08-22/the-4-7-billion-k-pop-industry-chases-its-michael-jackson-moment>, diakses pada tanggal 25 April 2018
- [www.kocis.go.kr](http://www.kocis.go.kr) ,diakses pada tanggal 25 April 2018
- <https://trends.google.com> ,diakses pada tanggal 25 April 2018
- [www.youtube.com](http://www.youtube.com)
- <https://celebrity.okezone.com>, diakses pada tanggal 25 April 2018

## **JURNAL**

- Ari Setyawan, Reni Nuraini & Agus Aprianti. 2015. *Pengaruh Terpaan Tayangan Televisi Terhadap Sikap Pengguna Pesawat Terbang di Bandara Juanda Surabaya*  
Vol.2No.3[BerkasPDF]<https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2510>
- Apsari, Fitri. 2012. *Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing pada Pria Metroseksual. Dalam Talenta*

*Psikolog* Vol. 1 No.2 Tahun 2012 [Berkas PDF]. Diambil

<http://download.portalgaruda.org>

Asiah, Taufik & Firman. 2018. *Hubungan Self Control dengan Kecenderungan Narsistik Siswa Pengguna Jejaring Sosial Instagram di SMP Negeri 2 Vol 00 No.00* [BerkasPDF]. Diambil dari,

[https://www.researchgate.net/publication/328828434\\_Hubungan\\_Self\\_Control\\_dengan\\_Kecenderungan\\_Narsistik\\_Siswa\\_Pengguna\\_Jejaring\\_Sosial\\_1\\_Instagram\\_di\\_SMP\\_Negeri\\_2\\_Padang](https://www.researchgate.net/publication/328828434_Hubungan_Self_Control_dengan_Kecenderungan_Narsistik_Siswa_Pengguna_Jejaring_Sosial_1_Instagram_di_SMP_Negeri_2_Padang)

Lavidge, Robert J. & Gary A. Steiner (1961), “A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness,” *Journal of Marketing*, 25 (October): 59-62.

Lie, John. 2012. “What is the K in K-pop? South Korean Popular Music, the Culture Industry, and National Identity”. *Korea Observer*. Vol. 43, No. 3 (Fall): pp. 339-363, from: [http://www.tobiashubINETTE.se/hallyu\\_1.pdf](http://www.tobiashubINETTE.se/hallyu_1.pdf)

Lévy, P. (2001). *Cyberculture* (Vol. 4). U of Minnesota Press

Setiawan, Rudi, 2013, *Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di YouTube)*, *eJournal Ilmu Komunikasi*, vol. 1, hlm. 355-374, diambil: <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=762>

## **SKRIPSI**

Kuunits, Nuris Maryamats Tsaniyyata. (2014). *Pengaruh Minat Menonton Film Drama Korea Terhadap Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa.*

Malang: Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Arda, Anita Swastika. (2017). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Narsistik Remaja Putri Presenter Bigo Live di Surabaya.* Surabaya: Universitas 17

Agustus 1945.

Aulia, Mizaany Dhianty. (2016). *Kecenderungan Narsistik Penggunaan Sosial Media Path pada Siswa Kelas 12 SMU Al-Kautsar Bandar Lampung.*

Lampung: Universitas Lampung.