

PENGARUH INTENSITAS TAYANGAN NCT DI CHANNEL YOUTUBE NCT TERHADAP PERILAKU IMITASI DAN FANATISME PADA KOMUNITAS NCTZEN DI SEMARANG

¹Luthfi Amalia Safitri*, ²Dian Marhaeni, ³Urip Mulyadi

^{1,2,3}Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung

*Corresponding Author:

ataluthfi1125@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan teori belajar sosial atau social learning theory oleh Albert Bandura. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik purpose sampling dan rumus Yamane untuk penentuan sampel. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah komunitas NCTzen Semarang sebagai objek penelitian. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuisioner menggunakan skala likert. Pada pengujian pertama didapatkan nilai t hitung sebesar 3,455 dan t tabel sebesar 1,977. Jika intensitas tayangan semakin sering, maka perilaku meniru akan semakin kuat. Kemudian pengujian kedua didapatkan nilai t hitung sebesar 4.121 dan t tabel sebesar 1,977. Sehingga jika intensitas tayangan sering, maka perilaku fanatisme akan semakin kuat. Sehingga kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan hipotesis dapat diterima adanya pengaruh variabel intensitas tayangan terhadap perilaku imitasi dan fanatisme pada komunitas NCTzen Semarang. Kemudian keterbatasan penelitian ini adalah sulitnya membedakan teori mana yang cocok untuk digunakan didalam penelitian dan mencari referensi karena keterbatasan pengetahuan penulis.

Kata kunci : *Intensitas tayangan, Perilaku Imitasi, Fanatisme*

ABSTRACT

This study uses social learning theory by Albert Bandura. This research uses the positivism paradigm. This type of research is descriptive quantitative using purpose sampling technique and the Yamane formula for determining the sample. While the population in this study is the Semarang NCTZEN community as the object of research. The data collection technique in this study was by distributing questionnaires using a Likert scale. On the first test obtained the value of t count of 3.455 and t table of 1.977. If the intensity of the impression is more frequent, then the imitation behavior will be stronger. Then the second test obtained the t-count value of 4.121 and t-table of 1.977. So if the intensity of the broadcast is frequent, the fanaticism behavior will be stronger. So the conclusion in this study shows the acceptable hypothesis of the influence of the variable intensity of impressions on the behavior of imitation and fanaticism in the Semarang NCTZEN community. Then the limitations of this study are the difficulty of distinguishing which theory is suitable for use in research and finding references because of the limitation knowledge of the author.

Keywords: *Intensity of impressions, Imitation Behavior, Fanaticism*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi turut andil dalam masuknya budaya asing ke Indonesia tanpa adanya penyaringan. Budaya yang disukai secara luas oleh banyak orang disebut budaya populer atau *popular culture*. Budaya populer yang masuk ke Indonesia selalu memiliki daya tarik tersendiri agar dapat diterima oleh masyarakat. Menurut Johny Storey (2006) menjelaskan bahwa konsumsi atas suatu budaya populer akan memunculkan adanya kelompok penggemar dimana ‘penggemar’ adalah bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop. Para penggemar memiliki intensitas dalam keterlibatan intelektual dan emosional serta memberikan makna pada pembacanya suatu produk budaya. Ketika budaya populer menyebar luas di suatu negara maka negara tersebut tidak hanya akan meniru kebudayaannya, namun akan meniru identitasnya.

Salah satu budaya populer tersebut adalah *Korean Wave* atau Budaya Korea. *Korean wave* adalah globalisasi budaya pop Korea/K-pop yang penyebarannya hingga berbagai belahan dunia (shim,2006). Korean wave mulai berkembang menjadi trend dikalangan anak muda Indonesia berawal dari tahun 2002 melalui televisi swasta yang menayangkan drama Korea, dan dari situlah berkembang pula musik pop Korea yang dimulai melalui ost atau soundtrack. Karena hal itu membuat banyak remaja mulai menyukai musik pop Korea atau K-pop. Penampilan yang fashionable, lagu dan dance yang sinkron, serta wajah yang rupawan membuat K-pop sangat disukai kaum muda. Korean wave melahirkan musisi-musisi yang digandrungi masyarakat seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia (Aniek, Ina, Retno, 2020 : 41).

K-Pop memiliki suatu hal yang dapat menarik perhatian penggemar, di mana ritme musiknya cukup enak didengar, serta gerakan dance yang energik. Kemudian, didukung dengan penyanyi yang memiliki paras menawan dengan suara yang khas dan indah untuk didengar. Sehingga dapat melengkapi kebutuhan penggemar dalam menikmati musik. Dengan berkonsep seperti boygroup dan girlgroup, K-Pop mampu memikat hati siapa saja yang melihatnya hingga menuai kesuksesan seperti di Indonesia (Kusuma, 2014). Para fans yang menyukai K-Pop akan antusias terhadap berita, album, konser, hingga acara-acara televisi Korea Selatan yang dibintangi oleh para penyanyi K-Pop. Mereka akan membeli berbagai barang yang diluncurkan oleh artis idolanya.

Salah satu media yang menyediakan platform untuk mengunggah, melihat dan mencari informasi yang diinginkan tentang K-Pop adalah Youtube. Youtube memberikan banyak konten-konten terbaru serta hitz yang diakses melalui jaringan internet. Youtube adalah salah satu media internet yang terpopuler dan penggunaanya tersebar di seluruh dunia serta memiliki persepsi tersendiri bagi masyarakat. Sebagai media massa yang modern, Youtube memiliki berbagai dampak bagi khalayak sebagai media massa. Hal ini sangat terkait dan menentukan perkembangan dunia yang hasilnya terlihat pada perilaku yang tampak pada masyarakat umum.

Salah satu idol grup yang sangat terkenal di Indonesia saat ini dan yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah NCT. Pada bulan Januari 2016, pendiri SM Entertainment, Lee Soo-man, memberikan presentasi di SM Coex Artium bertajuk "SMTOWN: Neo Culture Technology 2016" yang membicarakan tentang rencana agensi untuk membentuk sebuah grup vokal pria baru yang selaras dengan strategi "konten kultural" mereka, di mana beberapa tim yang berbeda akan melakukan debutnya masing-masing di berbagai negara di dunia. (Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/NCT> diakses pada 2 november 2021).

Grup boyband ini terbagi menjadi beberapa sub-unit. Sejak pembentukannya diumumkan pada tahun 2016 silam, grup ini telah berkembang hingga mencapai total 23 anggota yang tergabung kedalam empat sub-unit berbeda. Unit pertama dari grup ini, adalah NCT U, yang memulai debut pada 9 April 2016 dengan singel pertamanya yakni digital *The 7th Sense* dan *Without You*. Unit kedua dari grup ini, yakni NCT 127, yang berbasis sama seperti NCT U di Kota Seoul. Grup ini memulai debutnya pada 7 Juli 2016 dengan album mini NCT 127. Unit ketiga, yakni NCT Dream, unit ini memulai debut pada 24 Agustus 2016 dengan single digital *Chewing Gum*. Dan unit terakhir atau keempat yakni WayV, yang berbasis di Tiongkok

Fandom sendiri merupakan sebutan umum untuk komunitas pecinta Boyband atau Girlband yang berasal dari Korea Selatan. Ketika banyak yang menyukai K-pop dan menjadi fansnya, mereka akan berbondong-bondong untuk mencari dan memburu hal-hal yang berhubungan dengan artis idola yang mereka sukai hingga tak sedikit dari mereka yang tenggelam dalam dunia *'fangirling'* atau *'fanboying'*. Dari terbentuknya dunia tersebut menimbulkan berbagai komunitas, salah satu contohnya yakni penggemar NCT Dream yang menamai komunitas mereka sebagai NCTZEN dengan warna official hijau rumput atau hijau neon.

Komunitas NCTZEN Semarang merupakan sebuah tempat atau wadah untuk berinteraksi antar anggota sesama fans dalam mendukung boygroup NCT. Dibentuk pada tahun 2019 di kota Semarang, komunitas ini dibentuk secara offline. Untuk sarana komunikasi dan publikasi NCTZEN Semarang menggunakan media sosial seperti Instagram, Twitter dan mempunyai grup WhatsApp untuk saling terhubung satu sama lain. Namun dengan adanya pandemi, kegiatan mereka berjalan secara online. Seiring berjalannya waktu, anggota komunitas NCTzen Semarang terus bertambah. Komunitas ini terbentuk karena adanya dorongan, penasaran dan memiliki keingintahuan, hingga akhirnya menyukai dan mendedikasikan diri mereka sebagai NCTZen dan bergabung ke dalam komunitas NCTzen yang ada. Perilaku atau hobi, serta keinginan yang sama inilah yang membuat para penggemar berkumpul ke dalam sebuah komunitas.

Dalam hal ini pengertian perilaku sendiri mempunyai arti yang lebih kongkret dari pada "jiwa". Karena lebih kongkrit itu, maka perilaku lebih mudah dipelajari dari pada jiwa dan melalui perilaku kita tetap akan dapat mempelajari jiwa. Termasuk dalam perilaku disini adalah perbuatan-perbuatan yang terbuka (overt) maupun yang tertutup (covert). Perilaku yang terbuka adalah perilaku yang kasat mata, dapat diamati langsung oleh panca indra, seperti cara berpakaian, menggunakan aksesoris, cara berhias dan cara berbicara. Sedangkan perilaku yang tertutup hanya dapat diketahui secara tidak langsung, seperti berpikir, sedih, berkhayal, bermimpi, takut dan sebagainya.

Dari perilaku imitasi ini akan menimbulkan hal-hal yang terlalu menyukai atau mencintainya secara berlebihan. Hal ini disebut dengan fanatisme, orang yang mencintai atau menyukai secara berlebihan. Menurut Chaplin (dalam Dhea Hastika, 2019: 12) fanatisme merupakan suatu sikap penuh semangat yang berlebihan terhadap sesuatu segi pandangan atau suatu sebab. Penggemar yang mengalami fanatik ini akan mengalami perubahan kultur budaya. Penggemar K-pop biasanya memiliki fanatik yang tinggi terhadap idolanya. Perilaku penggemar ini biasanya bersifat impulsif, antara lain menunjukkan perilaku adiktif terhadap media sosial. Mereka akan menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk menonton *performance* idolanya. Hingga perilaku lainnya seperti

stalking atau menguntit, perilaku konsumtif dengan membeli barang-barang yang dipakai idolanya.

Menurut Gunanto (2015:243), fanatisme adalah sebuah pandangan atau paham yang dipegang oleh suatu kelompok yang membela tentang sesuatu yang tidak bisa diganggu gugat akan keyakinannya. Yang membuat fanatisme begitu kompleks adalah kenyataan bahwa orang bisa menjadi penggemar apapun dan istilah itu dapat diterapkan pada jumlah subjek yang tak ada habisnya. Selain itu, penggemar dapat tertarik dengan objek fanatisme mereka pada berbagai tingkat intensitas (Dhea Hastika, 2019 : 14).

Dalam penelitian ini menggunakan channel youtube NCT didalam menganalisis sebuah konten. Tayangan channel youtube NCT tersebut berisi tentang video clip, kegiatan latihan para pemain, video konser dan persiapan konser atau behind scene, kemudian interview serta reaction. Dan hasil temuan observasi sementara peneliti menemukan para anggota komunitas nctzen ini memiliki perilaku meniru idolanya dimulai dari gaya atau cara berpakaian, kemudian skincare yang digunakan, life style atau aktivitas seperti meniru gaya olahraga idol yang bisa dilihat melalui channel youtube NCT dengan subscriber 4,83 juta.

Serta menemukan adanya perilaku fanatisme terhadap grup NCTZEN tersebut seperti selalu membeli album, menyalakan lonceng pada channel youtube NCT agar tidak ketinggalan video atau informasi tentang NCT, aksesoris, kemudian halusinasi ingin mempunyai pasangan seperti anggota NCT tersebut, merayakan ulang tahun member bias yang disukai dengan mengadakan gathering atau pertemuan serta lebih banyak menghabiskan waktunya untuk menonton tayang NCT grup. Dari latar belakang yang sudah diuraikan diatas peneliti ingin meneliti seberapa besar pengaruh intensitas meonton tayangan NCT di Youtube terhadap pola imitasi dan fanatisme penggemarnya.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, yakni mengungkap sesuatu berdasarkan fakta yang apa adanya. Penelitian deskriptif kuantitatif juga digunakan untuk menjelaskan, menggambarkan atau meringkas berbagai fenomena, kondisi, situasi, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya. Menurut Sugiyono (2017:8) bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk mengaju hipotesis yang telah ditetapkan.

Kemudian sumber data yang digunakan yaitu data primer yang diambil dari kuisoner dan data sekunder dari buku, jurnal dan peneliatian sebelumnya Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuisoner. Kuesioner atau yang sering disebut dengan angket adalah instrument penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan dan atau pernyataan yang harus diisi atau dijawab oleh responden (Edi Suryadi, 2019 : 177). Populasi pada penelitian ini adalah komunitas NCTZEN Semarang. Menurut Edi Suryadi (2019 : 158) Populasi merupakan seluruh unit analisis yang memiliki kesamaan karakteristik yang menjadi perhatian peneliti.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah komunitas NCTZEN di Semarang dengan jumlah total 193 orang. Dengan sampel yang diambil sesuai dengan rumus Yamane yang digunakan menghasilkan sebesar 130 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, dimana penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti sehingga hanya anggota populasi yang memenuhi kriteria tersebut yang diambil sebagai anggota sampel penelitian (Edi Suryadi, 2019 : 165).

Pengukuran data penelitian menggunakan skala likert. Skala likert dalam penelitian ini mempunyai 5 preferensi jawaban sebagai berikut STS (sangat tidak setuju), TS (tidak setuju), N (netral), S (setuju), SS (sangat setuju). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan regresi linier sederhana. Pada pengujian data menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas, serta analisis data dengan regresi linear sederhana. Dalam mengolah data penelitian menggunakan program IBM SPSS 23.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini merupakan pembahasan data yang diperoleh dari lapangan dan data yang telah dianalisis menggunakan program SPSS. Setelah itu peneliti mengaitkan sesuai dengan tujuan daripada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh intensitas tayangan video NCT di channel youtube NCT terhadap perilaku imitasi dan fanatisme komunitas NCTZEN Semarang. Berikut hasil data penelitian yang telah dianalisis menggunakan program SPSS.

Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk menguji untuk menguji valid atau tidaknya data kuisioner yang telah didapat. Untuk pengujian validitas terhadap kuisioner, peneliti menggunakan tarif signifikansi 5% dan apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka kuisioner dapat dinyatakan valid. Akan tetapi, apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$, maka item kuisioner dinyatakan tidak valid. Berikut merupakan pengujian validitas antar variabel dengan R_{tabel} 0,172.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Intensitas Tayangan Video NCT

No.	Konstruk Penilaian	Person Correlation	Sig.(2-tailed)	N	Ket
1.	X.1	0,677**	0,000	130	Valid
2.	X.2	0,630**	0,000	130	Valid
3.	X.3	0,348**	0,000	130	Valid
4.	X.4	0,419**	0,000	130	Valid
5.	X.5	0,489**	0,000	130	Valid
6.	X.6	0,262**	0,003	130	Valid

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Perilaku Imitasi

No.	Konstruk Penilaian	Person Correlation	Sig.(2-tailed)	N	Ket
1.	Y1.1	0,473**	0,000	130	Valid
2.	Y1.2	0,684**	0,000	130	Valid
3.	Y1.3	0,662**	0,000	130	Valid
4.	Y1.4	0,602**	0,000	130	Valid
5.	Y1.5	0,649**	0,000	130	Valid
6.	Y1.6	0,684**	0,000	130	Valid
7.	Y1.7	0,634**	0,000	130	Valid
8.	Y1.8	0,655**	0,000	130	Valid
9.	Y1.9	0,771**	0,000	130	Valid

Tabel 3 Hasil Uji Validasi Perilaku Fanatisme

No.	Konstruk Penilaian	Person Correlation	Sig.(2-tailed)	N	Ket
1.	Y2.1	0,426**	0,000	130	Valid
2.	Y2.2	0,471**	0,000	130	Valid
3.	Y2.3	0,597**	0,000	130	Valid
4.	Y2.4	0,643**	0,000	130	Valid
5.	Y2.5	0,677**	0,000	130	Valid
6.	Y2.6	0,625**	0,000	130	Valid
7.	Y2.7	0,635**	0,000	130	Valid
8.	Y2.8	0,643**	0,000	130	Valid
9.	Y2.9	0,591**	0,000	130	Valid
10.	Y2.10	0,464**	0,000	130	Valid
11.	Y2.11	0,506**	0,000	130	Valid
12.	Y2.12	0,591**	0,000	130	Valid
13.	Y2.13	0,603**	0,000	130	Valid
14.	Y2.14	0,422**	0,000	130	Valid

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian validitas terhadap item kuisoner, dimulai dari tabel 1 sebagai variabel intensitas, tabel 2 sebagai variabel imitasi, dan tabel 3 sebagai variabel fanatisme menunjukkan semua hasil R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} dan dapat disimpulkan bahwa item kuisoner yang digunakan untuk penelitian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran data kuisoner dapat dipercaya, serta untuk mengetahui apakah kuisoner tersebut reliabel. Kriteria pengukuran yang digunakan pada reliabilitas penelitian ini menurut Ghozali, apabila nilai Cronbach Alpha $>0,70$ maka kuisoner dinyatakan reliabel, dan apabila hasil nilai Cronbach Alpha $< 0,70$ maka kuisoner tidak reliabel (Suryadi et al, 2019:188). Berikut merupakan pengujian reliabilitas disemua variabel.

Tabel 4 Uji Reliabilitaas

No.	Variabel	Nilai	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Intensitas Tayangan	0.330	0,70	Tidak Reliabel
2.	Perilaku Imitasi	0.826	0,70	Reliabel
3.	Perilaku Fanatisme	0.830	0,70	Reliabel

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas terhadap data kuisioner, terdapat nilai alpha yang lebih rendah disbanding koefisien Cronbach Alpha pada variabel intensitas tayangan. Kemudian kedua variabel perilaku imitasi dan fanatisme lebih besar dari koefisien Cronbach Alpha. Dapat disimpulkan hanya dua variabel dependent yakni imitasi dan fanatisme yang dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 5 Analisis Regresi Linear Sederhana Intensitas Tayangan NCT dan Perilaku Imitasi

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	INTENSITAS TAYANGAN	.	Enter

- a. Dependent Variable: Perilaku Imitasi
- b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.378 ^a	.143	.136	6.15338

- a. Predictors: (Constant), INTENSITAS TAYANGAN

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	809,094	1	809,094	21,368	.000 ^b
Residual	4846,606	128	37,864		
Total	5655,700	129			

- a. Dependent Variable: PERILAKU IMITASI
- b. Predictors: (Constant), INTENSITAS TAYANGAN

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,593	3,355		3,455	.001
INTENSITAS TAYANGAN	.810	.175	.378	4.623	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU IMITASI

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS versi 23 diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Pada output bagian pertama (Variabel entered/Removed) menjelaskan tentang variabel Perilaku Imitasi sebagai variabel Dependent dan Intensitas Tayangan sebagai variabel independent dengan menggunakan metode enter.
- b. Pada output yang kedua (Model Summary) menjelaskan besarnya nilai korelasi yaitu sebesar 0,378 yang berarti bahwa intensitas menonton terhadap perilaku imitasi adalah sebesar 14% sedangkan sisanya 86% dipengaruhi oleh faktor lain selain faktor perilaku imitasi.
- c. Pada output bagian ketiga (ANOVA) menjelaskan bahwa nilai f hitung = 21.368 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel perilaku imitasi pada intensitas tayangan menonton video NCT.
- d. Pada output bagian keempat (Coefficient) Menjelaskan nilai constant (a) sebesar 11,593, sedangkan nilai b 0,810. Sehingga persamaan regresinya dapat ditulis

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,593 + 0,810X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dilihat bahwa konstanta sebesar 11,593 dan koefisien regresi X sebesar 0,810 yang artinya setiap 1% nilai perilaku imitasi maka intensitas tayangan menonton 0,810. Koefisien regresi bersifat positif. Uji Signifikansi Intensitas Tayangan dan Perilaku Imitasi. Dari tabel 4.7 nilai t hitung sebesar 3,455 lebih besar dari t tabel sebesar 1,977 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh pengaruh intensitas tayangan berpengaruh terhadap perilaku meniru. Dari perhitungan tersebut untuk menentukan hasil, peneliti melakukan langkah sebagai berikut :

Menentukan Hipotesis :

H1 : Terdapat pengaruh intensitas tayangan menonton NCT di Youtube terhadap perilaku imitasi pada komunitas NCTZen Semarang.

H2 : Terdapat pengaruh intensitas tayangan menonton NCT di Youtube terhadap perilaku fanatisme pada komunitas NCTZen Semarang.

Membandingkan nilai statistic t dengan titik kritis menurut t tabel. Nilai t tabel dapat diketahui dengan mencari nilai df (degree of freedom) terlebih dahulu.

df : n-2

df : 130-2 = 128

Keterangan

N = jumlah responden

Berdasarkan tabel two tailed dengan signifikansi 5% atau 0,005, nilai t tabel untuk df sebesar 128 adalah 1,977.

H1 diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y1). Nilai t_{hitung} (3,455) $>$ t_{tabel} (1,977). H1 diterima, yang artinya bahwa terdapat pengaruh antara intensitas tayangan menonton NCT terhadap perilaku imitasi.

Tabel 5 Analisis Regresi Linear Sederhana Intensitas Tayangan NCT dan Perilaku Fanatisme

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	INTENSITAS TAYANGAN	.	Enter

a. Dependent Variable: Perilaku Fanatisme

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.406 ^a	.165	.158	5.63586

a. Predictors: (Constant), INTENSITAS TAYANGAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	800.838	1	800.838	25.213	.000 ^b
	Residual	4065.654	128	31.763		
	Total	4866.492	129			

a. Dependent Variable: PERILAKU FANATISME

b. Predictors: (Constant), INTENSITAS TAYANGAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	INTENSITAS TAYANGAN	12.664	3.073		4.121	.000
		.806	.161	.406	5.021	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU FANATISME

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS versi 23 diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Pada output bagian pertama (Variabel entered/Removed) menjelaskan tentang variabel Perilaku Fanatisme sebagai variabel Dependent dan Intensitas Tayangan sebagai variabel independent dengan menggunakan metode enter.
- b. Pada output yang kedua (Model Summary) menjelaskan besarnya nilai korelasi yaitu sebesar 0,406 yang berarti bahwa intensitas menonton terhadap perilaku fanatisme adalah sebesar 16% sedangkan sisanya 84% dipengaruhi oleh faktor lain selain faktor perilaku fanatisme.
- c. Pada output bagian ketiga (ANOVA) menjelaskan bahwa nilai f hitung = 25,213 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel perilaku fanatisme pada intensitas tayangan menonton video NCT.
- d. Pada output bagian keempat (Coefficient) Menjelaskan nilai constant (a) sebesar 12,664, sedangkan nilai b 0,806. Sehingga persamaan regresinya dapat ditulis

$$Y = a + bX$$

$$Y = 12,664 + 0,806X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dilihat bahwa konstanta sebesar 12,664 dan koefisien regresi X sebesar 0,806 yang artinya setiap 1% nilai perilaku fanatisme maka intensitas tayangan menonton 0,806. Koefisien regresi bersifat positif.

- e. Uji Signifikansi Intensitas Tayangan dan Perilaku Imitasi. Dari tabel 4.8 nilai t hitung sebesar 4.121 lebih besar dari t tabel sebesar 1,977 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh intensitas tayangan berpengaruh terhadap perilaku fanatisme. Dari perhitungan tersebut untuk menentukan hasil, peneliti melakukan langkah sebagai berikut :

Menentukan Hipotesis :

H1 : Terdapat pengaruh intensitas tayangan menonton NCT di Youtube terhadap perilaku imitasi pada komunitas NCTZen Semarang.

H2 : Terdapat pengaruh intensitas tayangan menonton NCT di Youtube terhadap perilaku fanatisme pada komunitas NCTZen Semarang.

Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut t tabel. Nilai t tabel dapat diketahui dengan mencari nilai df (degree of freedom) terlebih dahulu.

$$df : n-2$$

$$df : 130-2 = 128$$

Keterangan

N = jumlah responden

Berdasarkan tabel two tailed dengan signifikansi 5% atau 0,005, nilai t tabel untuk df sebesar 128 adalah 1,977. H2 diterima apabila t hitung $>$ t tabel, artinya variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y2). Nilai t hitung (4.121) $>$ t tabel (1,977). H2 diterima, yang artinya bahwa terdapat pengaruh antara intensitas tayangan menonton NCT terhadap perilaku fanatisme.

4. PEMBAHASAN

Kehidupan masyarakat modern ditandai dengan tingginya mobilitas arus budaya antar negara yang didukung dengan kecanggihan teknologi serta peran media massa. Salah satu dampak dari tingginya mobilitas dalam arus budaya antar negara adalah kebudayaan K-Pop atau Korea Pop yang berasal dari Korea Selatan. Indonesia salah satunya yang menjadi bagian dari kegiatan arus budaya K-Pop tersebut. Kebudayaan asal negeri gingseng ini masuk melalui media massa, seperti televisi hingga jaringan internet. Merambahnya industri K-Pop ditanah air tentu sangat berpengaruh pada perubahan kebudayaan dan perilaku masyarakat Indonesia itu sendiri terutama anak muda. Adanya kebudayaan baru tentu akan menimbulkan perubahan perilaku pada masyarakat, seperti perilaku imitasi dengan mengikuti gaya pakaian ala artis idolanya serta fanatisme terhadap artis idolanya.

Berkembangnya fenomena Korean Wave pada akhirnya menimbulkan fenomena fanatisme terhadap Korean Wave itu sendiri. Dengan adanya fenomena ini menimbulkan penggemar fanatik secara tidak langsung serta membentuk sebuah gaya hidup pada penggemar itu sendiri. Dengan kata lain, para penggemar Korean Wave mengonsumsi sebuah produk budaya. Refleksi yang berasal dari interpretasi penggemar tersebut terhadap materi yang dimanfaatkan akan menciptakan gaya hidup. Gaya hidup yang terbentuk akan memberikan identitas tertentu bagi diri mereka. Dengan kata lain, pemilihan konsumsi produk budaya akan termanifestasi ke dalam gaya hidup (Karina, Amirudin, Mulyo, 2019:126).

Kemudian dengan adanya arus budaya tersebut berlanjut dengan pembentukan komunitas. Salah satu komunitas disini adalah NCTZEN, komunitas pecinta atau berisi anggota yang tergabung karena memiliki visi misi yang sama menyukai boygrup bernama NCT (Neo Culture Technology). Terdapat dua faktor yang melatarbelakangi terbentuknya komunitas tersebut, yang pertama faktor internal yang berasal dari motivasi diri sendiri, dan faktor eksternal karena ajakan orang lain.

Penggemar yang tergabung kedalam suatu komunitas biasanya akan terjerumus pada perilaku imitasi yang tidak sesuai dengan kebudayaan lokal dan yang lebih ekstrem akan menumbuhkan perilaku fanatisme. Kegemaran melakukan imitasi yang dilakukan adalah ingin meniru gaya berpakaian, lifestyle, dan lain sebagai pada artis idolanya. Kemudian perilaku fanatisme yang dilakukan penggemar, dianggap sebagai bentuk kesetiaan atau loyalitas dan kecintaannya terhadap artis idolanya atau bias yang disukai.

Oleh sebab itu penelitian ini mengambil teori belajar sosial atau social learning theory dari Albert Bandura. Di dalam teori belajar sosial menjelaskan, perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, kognitif, keluarga, lingkungan, ataupun media yang digunakan salah satunya adalah media massa. Media massa dalam penelitian ini adalah Youtube. Youtube menjadi media massa yang berbasis web video yang bisa digunakan oleh penggunanya untuk berbagi video atau hanya sebatas untuk dinikmati videonya saja. Dalam penelitian ini anggota komunitas NCTZEN sebagai penikmat video akun NCT Youtube channel. Dengan intensitas tayangan yang tinggi terhadap video NCT, yang ditonton melalui NCT Youtube channel ternyata dapat memberikan dampak pada perubahan perilaku penontonnya berdasarkan hasil observasi temuan didalam latar belakang pada penelitian ini.

Menurut Albert Bandura menyatakan bahwa manusia memiliki kemampuan kognitif dalam berfikir dan mengatur tingkah lakunya sendiri serta belajar dalam pengamatannya. Terpaan media tentu tidak dapat dihindari oleh individu atau masyarakat modern saat ini, disinilah proses individu untuk menyaring atau memilih media mana yang dapat dinikmati. Fungsi penguatan dalam proses modeling, yaitu sebagai fungsi informasi dan fungsi motivasi. Dalam hal ini berarti memiliki kualitas informatif, tindakan atau proses penguatan itu sendiri bisa memberitahukan pada manusia perilaku mana yang paling adaptif. Manusia bertindak dengan tujuan tertentu (Herly, 2018:191).

Dalam bukunya, Albert Bandura pernah menyatakan sekitar tahun 1950 di Amerika berkembang berbagai acara siaran televisi, namun bukan hanya orang dewasa saja yang menikmati acara siaran tersebut tetapi anak-anak juga ikut menonton. Namun saat itu media televisi Amerika banyak menayangkan berbagai acara yang mengandung unsur kekerasan. (Sri Muliati, 2019: 93). Ternyata berbagai tayangan tersebut memberikan dampak terhadap penontonnya, salah satu perubahan besar yang terjadi adalah perubahan pola pikir dan perilaku terlebih yang terjadi pada anak-anak. Ini dibuktikan pada saat itu, terdapat banyaknya kasus kekerasan yang dilakukan oleh anak-anak. Dalam penyelidikan yang ditemukan pada saat itu, faktor terbesar anak-anak melakukan tindakan kekerasan dikarenakan meniru adegan yang ditayangkan oleh acara siara televisi di Amerika saat itu.

Unsur yang didapat dalam kasus tersebut, bahwasanya media dapat membuat orang lain termotivasi untuk melakukan peniruan atau imitasi sehingga hal itu akan berlanjut pada perilaku fanatisme. Fanatisme sendiri adalah perilaku yang menunjukkan ketertarikan secara berlebihan. Dalam karya Bandura yang berjudul “Social foundations of thought and action : A social cognitive theory” terdapat penjelasan mengenai proses observational learning. Kekuatan efek modelling terletak pada proses yang terjadi pada pengamat. Dalam observational learning terdapat 4 proses, yaitu : menjelaskan atau manusia belajar melalui pengamatannya, setelah mereka mengobservasi, mengkaji kemudian diolah menjadi sebuah memori atau pengingatan serta adanya dorongan motivasi sehingga bisa menghasilkan sebuah perubahan perilaku dalam hal ini dinamakan reproduksi motorik. Perilaku manusia dipelajari melalui pemodelan atau peniruan dengan cara mengamati. (Sri Muliati, 2019: 92).

Albert Bandura juga menjelaskan adanya kesinambungan antara interaksi kognitif, perilaku dan pengaruh lingkungan dengan perilaku manusia. (Herly, 2018:191). Teori pembelajaran sosial Albert Bandura adalah pembelajaran dengan mengamati dan bertindak. Inti mengamati dalam hal ini pemodelan, yang mencakup pengamatan terhadap aktivitas-aktivitas yang benar, mengkodekan secara tepat berbagai kejadian, untuk dipresentasikan di dalam memori, kemudian melakukan performa aktual perilaku, dan menjadi cukup termotivasi. Pembelajaran dengan bertindak mengizinkan seseorang untuk mencapai pola-pola baru perilaku kompleks lewat pengalaman langsung dengan memikirkan dan mengevaluasi konsekuensi perilaku tersebut.

Selain melakukan pemodelan atau peniruan, dampak yang terjadi setelahnya adalah tindakan fanatisme. Menyukai secara berlebihan sebagai akibat adanya tindakan peniruan serta dilandasi dengan kesukaan yang cukup tinggi terhadap sesuatu yang diidolakan dalam penelitian disini adalah artis idola NCT. Ketika mengidolakan idola pasti kita akan menemukan seseorang yang fanatik, dalam hal ini disebut fanatisme idola. Seseorang yang mengidolakan sesuatu pasti akan berfikir untuk mencontoh perilakunya dalam hal

ini tokoh idolanya seperti NCT, hingga gaya berpakaian ataupun lifestyle hidupnya. Hal tersebut juga akan berdampak pada hilangnya identitas diri hingga dapat mengancam kesehatan mental.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Dimana besarnya nilai korelasi yaitu sebesar 0,378 yang berarti bahwa intensitas menonton terhadap perilaku imitasi adalah sebesar 14% sedangkan sisanya 86% dipengaruhi oleh faktor lain selain faktor perilaku imitasi. Faktor lain selain imitasi disini bisa terjadi karena sugesti atau pandangan yang diberikan seseorang terhadap orang lain. Kemudian simpati dan empati seseorang terhadap sesuatu serta dorongan motivasi dari dalam atau luar seseorang untuk memikirkan kembali perilaku yang ingin mereka lakukan.

Kemudian pada analisis regresi linear sederhana ini menjelaskan besarnya nilai korelasi yaitu sebesar 0,406 yang berarti bahwa intensitas menonton terhadap perilaku fanatisme adalah sebesar 16% sedangkan sisanya 84% dipengaruhi oleh faktor lain selain faktor perilaku fanatisme. Faktor diluar perilaku fanatisme disini adalah pengidentifikasi diri karena manusia sebenarnya cenderung ingin selalu menjadi istimewa, yang pada akhirnya akan mengidentifikasikan diri pada ideologi atau paham tertentu. Lalu konvergensi suatu kelompok dan intimidasi religi karena adanya tekanan benar atau salah dalam ajaran religi yang bentuknya dapat bersifat semangat atau intimidasi.

Dari pengujian hipotesis pertama antara variabel pengaruh intensitas tayangan NCT terhadap perilaku imitasi pada komunitas NCTZEN Semarang didapatkan nilai t hitung sebesar 3,455 dan t tabel sebesar 1,977, maka H1 : Terdapat pengaruh intensitas tayangan menonton NCT di Youtube terhadap perilaku imitasi pada komunitas NCTZen Semarang. Kemudian pengujian hipotesis kedua antara variabel pengaruh intensitas tayangan NCT terhadap perilaku fanatisme pada komunitas NCTZEN Semarang didapatkan nilai t hitung sebesar 4.121 dan t tabel sebesar 1,977. H2 : Terdapat pengaruh intensitas tayangan menonton NCT di Youtube terhadap perilaku fanatisme pada komunitas NCTZen Semarang. Untuk itu kedua hipotesis tersebut dapat diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel.

Dengan demikian hasil analisa diatas telah mencakup jawaban dan dapat menguji hipotesis dalam penelitian ini. Meskipun terdapat variabel yang tidak reliabel pada variabel X atau variabel intensitas tayangan, walaupun semua pertanyaan dinyatakan valid. Namun terjadi reliabel terjadi karena terdapat pertanyaan yang kemungkinan yang jawabannya dapat diartikan sebagai ambiguitas bagi para responden atau memiliki arti yang sama, sehingga jawaban bisa berubah-ubah sesuai waktu meski respondennya sama.

5. KESIMPULAN

Budaya fangirling menimbulkan berbagai perilaku, salah satunya perilaku imitasi dan fanatisme. Salah satunya yang terjadi pada idol K-Pop NCT terhadap fandomnya yang bernama NCTZEN. Albert Bandura berdasarkan teorinya yang bernama social learning theory menyatakan perilaku modelling pertama kali ditimbulkan karena melewati proses mengamati dan mengobservasi. Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian melalui komunitas atau fandom NCTZEN Semarang ditemukan perilaku imitasi dan fanatisme karena intensitas tayangan yang sering mereka tonton menimbulkan perilaku tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Edi Suryadi.(2019). *Penelitian Komunikasi (dengan pendekatan Kuantitatif)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Junaedi, Fajar. (2019). *Komunikasi dalam Media Digital*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Arikunta, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Cindoswari, Rara Ageng, Dina Diana. (2019). *Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Komunitas Kpopers Batam*.
- Rakhmad Noor, Mochammad Aditya Putra. (2019). *Hubungan Intensitas Mengakses Postingan Youtube Yoshiolo dan Intensitas Komunikasi Peergroup Dengan Perilaku Konsumtif di Bidang Fashion Pada Remaja di Semarang*.
- Wishandy, Riris Loisa, Lusya Savitri Setyo Utami . (2019). *Fanatisme Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instragraman Fanbase Boyband iKON)*.
- Setiawan, Rudy . (2013). *Kekuatan New Media Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia*