

PENGARUH TERPAAN K-POP DI YOUTUBE TERHADAP PERILAKU PADA KOMUNITAS SOULMATE DI SAMARINDA

Palma Sari Toding Allo¹
Massad Hatuwe²
Sarwo Edy Wibowo³

Abstrak

Media baru sangat berperan dalam perkembangan suatu gejala sosial, Korean Wave yang ditampilkan oleh media cukup menarik perhatian sehingga memicu perubahan perilaku seseorang. Korean wave adalah gelombang budaya, musik, film, dan segala sesuatu mengenai Korea yang menyebar di negara-negara termasuk Indonesia. Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu, apakah terdapat pengaruh terpaan k-pop di youtube terhadap perilaku komunitas soulmate di samarina? Metode penelitian ini menginginkan penelitian kuantitatif. Data yang diperoleh menggunakan kuesioner dengan skala likert. Teknik penarikan sampel penelitian ini adalah simple random sampling. Data yang diperoleh menggunakan kuesioner yang kemudian dilakukan pengujian analisis uji regresi linear sederhana dengan menggunakan software SPSS 21. Hasil penelitian, terpaan k-pop di youtube memiliki pengaruh terhadap perilaku komunitas soulmate. Hasil regresi sederhana menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,835 sedangkan koefisien determinan R Square = 0,697 berarti variabel terpaan k-pop di youtube mempengaruhi perilaku sebesar 69,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang digunakan peneliti.

Kata Kunci: K-POP, Youtube, Perilaku, Komunitas Soulmate

Pendahuluan

Media massa merupakan alat yang digunakan oleh masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan akan informasi, pengetahuan maupun hiburan. Media massa terdiri atas berbagai macam bentuk seperti televisi, surat kabar, radio, internet dan lain sebagainya yang memiliki cara masing-masing dalam menyampaikan pesan berupa informasi, pengetahuan bahkan hiburan kepada masyarakat.

Perkembangan konvergensi media didukung oleh perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan istilah baru yakni *new media*. *New media*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: palma-sari@gmail.com

² Massad Hatuwe, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Sarwo Edy Wibowo, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

atau media baru merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama selain baru yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011: 48). Salah satu situs yang paling populer dan digunakan oleh berbagai kalangan adalah *Youtube*.

Youtube tidak hanya sekedar menjadi situs yang menjadi tempat berbagi video, namun masyarakat juga dapat memperoleh informasi, pengetahuan maupun hiburan dari berbagai belahan dunia. Bahkan kejadian atau fenomena yang melanda suatu negara atau kota dapat kita saksikan melalui situs ini seperti fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu*. *Korean Wave* atau *Hallyu* merupakan suatu fenomena dimana budaya dan hiburan dari negara Korea tersebar secara global di beberapa negara di dunia. Kata *Hallyu* terdiri dari dua bagian yakni “*han*” yang berarti orang dan “*ryu*” yang berarti gelombang atau ombak.

fenomena gelombang korean wave ini masyarakat di Indonesia terutama remaja banyak membentuk suatu komunitas agar dapat berbagi informasi ataupun pengetahuan mengenai korean wave. Salah satu komunitas yang ada yakni penggemar K-Pop yang disebut SOULMATE. Komunitas ini berada di kota Samarinda. Seperti yang terdapat dalam Tribun Kaltim yang menyatakan bahwa komunitas tersebut sangat menyukai budaya Korea seperti industri musik dan lifestyle Korea selain itu mereka sering menampilkan karya ala K-Pop hingga menjuarai dalam *event* yang diikuti di Samarinda maupun diluar kota.

Perubahan Perilaku adalah salah satu pembelajaran yang dilakukan oleh individu untuk dapat menyesuaikan tingkah lakunya sesuai dengan peran sosial yang telah dipelajarinya (Sarwono, 2013: 21). Peniruan dapat dilakukan oleh semua orang mulai dari anak-anak, remaja, bahkan sampai kepada orang tua melalui berbagai hal yang terjadi dalam kehidupan di sekitar mereka tidak terkecuali dengan media yang mereka gunakan. Terjadinya perubahan perilaku dihasilkan setelah melewati banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola dan kebanyakan peniru itu adalah kaum remaja yang masih mencari jati diri.

Perubahan perilaku itu terjadi karena adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai model untuk ditiru. Ketika keterpesonaan sekedar menjadi sarana melepaskan diri dari kenyataan menuju impian yang termanifestasikan pada diri seseorang, maka kita masih berada pada wilayah kewajaran. Tapi, manakala dalam keterpesonaan tersebut, kita menyingkirkan batas antara kenyataan dan impian, dan berupaya mencampuradukan keduanya, itulah awal mala petaka dari sebuah keterpesonaan.

Peneliti tertarik untuk menjadikan Komunitas Soulmate sebagai objek penelitian karena anggotanya yang terdiri atas remaja, dimana remaja putri menjadi mayoritas dalam komunitas ini. Selain itu, intensitas pertemuan yang tinggi untuk saling berbagi informasi serta beberapa *project* yang masih akan dikerjakan oleh komunitas ini memungkinkan anggota komunitas ini untuk belajar meniru berbagai hal yang dilakukan oleh *girlband* atau *boyband* yang diidolakan.

Berdasarkan penjabaran yang telah peneliti paparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Terpaan Video *K-pop* di Youtube terhadap Perilaku Imitasi Komunitas *Soulmate* di Samarinda”.

Kerangka Dasar Teori

New Media

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Sifat dari internet sebagai media komunikasi adalah transaksional, dalam artian terdapat interaksi antar individu secara intensif (terus-menerus) dan ada umpan balik (feedback) dari antar individu dalam setiap interaksi tersebut. Selain itu, terdapat partisipasi antar individu dengan mempertimbangkan untung/rugi dalam setiap interaksi.

Media Sosial

Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten.

Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Dari berbagai definisi diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah “media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarkan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet, atau video di YouTube dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis.

K-POP

K-Pop, adalah kepanjangan dari Korean Pop (Musik Pop Korea), adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sudah menembus batas dalam negeri dan populer di mancanegara. Tangga lagu K-Pop telah masuk ke tangga lagu Amerika, Billboard, yang selama ini menjadi tolak ukur kualitas industri musik dunia. Kegandrungan akan musik K-Pop merupakan bagian yang tak terpisahkan

daripada Demam Korea (Korean Wave) di berbagai Negara di dunia termasuk salah satunya Indonesia. Istilah tersebut bukanlah hal asing lagi didengar saat ini. Karena berbagai media massa dan masyarakat di dunia tengah memperhatikan dan membicarakan fenomena ini yang tanpa sadar ikut mengkonsumsinya.

Merebaknya K-Pop di negara-negara di dunia telah menunjukkan adanya aliran budaya populer dari Korea ke negara-negara tetangganya. Terlepas dari dampak panjang yang akan terus berlanjut, K-Pop memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern. Dalam situasi dunia pada saat pertukaran informasi terjadi hampir tanpa halangan apa pun, Korea telah menjejakkan pengaruhnya di seluruh dunia. Penyebaran budaya populer ini tidak lepas dari peran media massa terutama media televisi. Televisi merupakan bagian dari salah satu media komunikasi massa.

Terpaan Media (Media Exposure)

Terpaan media dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto dan Erdiana 2006:164). Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan lain sebagainya. Lebih lanjut lagi Ardianto dan Erdina (2006:164) menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tenggah bulanan) serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untu program bulanan), sedangkan untuk durasi penggunaan media dari beberapa lama khalayak bergabung dengan suatu media dilihat dari beberapa lama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa lama khalayak mengikuti suatu program.

Rosengren mengatakan (1970) yang dikutip dalam Rakhmat (2004:466), penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

Teori S-O-R

Teori S-O-R (dalam Effendy, 2003:255) Dimulai pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh psikologi, Stimulus Response Theory atau S-R Theory. Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan.

Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif misalnya jika orang tersenyum dibalas dengan palingan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic Needle atau teori jarum suntik. Asumsi teori ini pun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung

dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikasi. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.

Perilaku

Dalam buku psikologi sosial (Walgito, 2003 : 15) Psikologi merupakan ilmu tentang perilaku atau aktivitas – aktivitas individu (Branda, 1964). Perilaku atau aktivitas-aktivitas memiliki pengertian yang luas, yaitu perilaku yang nampak (*over behavior*) dan atau perilaku yang tidak nampak (*innert behavior*), sebagaimana diketahui perilaku atau aktivitas yang ada pada individu atau organisme itu tidak timbul dengan sendirinya, sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh organisme yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun stimulus internal.

Teori Proses Belajar Sosial

Teori belajar sosial atau *social learning theory* adalah salah satu teori yang berorientasi pada penguatan (*reinforcement*) yang dikemukakan oleh Albert Bandura (dalam Shaw dan Costanzo, 1985).

Teori pembelajaran sosial ini adalah perkembangan utama dari tradisi teori pembelajaran perilaku (Behaviorisme). Prinsip dasar belajar menurut teori ini, bahwa yang dipelajari individu terutama dalam belajar sosial dan moral terjadi melalui peniruan (*imitation*) dan penyajian contoh perilaku (*modeling*).

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara atas permasalahan penelitian dimana memerlukan data untuk menguji kebenaran dugaan tersebut. Dalam penelitian ini, penulis mengambil hipotesis yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

- Hipotesis (H_0) : adanya pengaruh terpaan k-pop di youtube terhadap perilaku komunitas *soulmate* di Samarinda.
- Hipotesis (H_a) : tidak ada pengaruh terpaan k-pop di youtube terhadap perilaku komunitas *soulmate* di Samarinda.

Metode Penelitian

Penelitian dalam penulisan skripsi ini bertujuan untuk memecahkan masalah seperti yang telah dirumuskan dan juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan K-pop di youtube terhadap perilaku komunitas *soulmate* di Samarinda. Untuk itu sangat perlu dilakukan analisis data yang bertujuan untuk menguji hipotesis telah dirumuskan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2003:36) mengatakan bahwa permasalahan asosiatif adalah suatu permasalahan penelitian yang bersifat menghubungkan antara dua variabel atau lebih. Dari pendapat tersebut diatas, maka peneliti menggunakan pendekatan permasalahan asosiatif.

Hasil Penelitian

Analisis Data & Pembahasan

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis hubungan dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana dengan tujuan untuk untuk menguji apakah variabel bebas mempunyai hubungan dengan variabel terikat (Kriyantono, 2009 :182).

Berikut ini adalah hasil pengelolaan data penelitian “Pengaruh Terpaan K-POP di Youtube Terhadap Perilaku Komunitas Soulmate di Samarinda” menggunakan metode Analisis Regresi Linier Sederhana menggunakan Analisis Korelasi Product Moment dengan bantuan program SPSS agar memudahkan dalam menentukan korelasi antara variabel x dan variabel y dan menguji tingkat signifikansi korelasi tersebut.

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Analisa ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel.

Tabel Hasil Koefisiensi Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.697	.690	3.18615

a. Predictors (Constant), X

Sumber : Data perhitungan SPSS, 2017

Besarnya pengaruh di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,835 jika dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi nilai r pada halaman 43 , sesuai dengan pedoman untuk memberikan interpretasi yang dikemukakan oleh Riduwan berada pada interval 0,80 – 1,000 yang termasuk dengan kategori tingkat pengaruh sangat kuat antara terpaan k-pop di youtube terhadap perilaku pada komunitas soulmate di Samarinda.

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program perhitungan SPSS 21, telah didapatkan hasil tabel *Model Summary*, diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,697 (nilai 0,697 adalah pengkuadratan dari 0,835 x 0,835 = 0,697). Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0,697 sama dengan 69,7%. Angka tersebut mengandung arti bahwa Terpaan K-Pop berpengaruh terhadap Perilaku anggota komunitas soulmate sebesar 69,7%. Sedangkan sisanya (100% - 69,7% = 30,3%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini.

Persamaan Regresi Sederhana

Secara umum rumus persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = a + bX$. Sementara untuk mengetahui nilai koefisien regresi tersebut peneliti berpedoman pada output yang berupa pada tabel coefficients, berikut

**Tabel Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.161	3.752		2.441	.019
1 Terpaan K-pop	.825	.087	.835	9.479	.000

a. Dependent Variable: Perilaku

Sumber: Data perhitungan SPSS

a = angka konstan dari Unstandardized Coefficients. Dari tabel di atas dikelatui nilainya sebesar 9,161. angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada terpaan k-pop (X) maka nilai konsisten perilaku anggota komunitas soulmate (Y) adalah sebesar 9,161.

b = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,825. Angka ini mengandung arti bahwa penambahan 1% tingkat terpaan k-pop (X), maka perilaku (Y) akan meningkat sebesar 0,825.

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Terpaan K-pop (X) berpengaruh positif terhadap Perilaku komunitas soulmate (Y). Sehingga persamaan regresi adalah $Y = 9,161 + 0,825X$. Hasil perhitungan koefisien regresi sederhana di atas memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 9.161 koefisien konstanta variabel bebas (X) adalah sebesar 0,825.

Sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 9.161 + 0.825X$ yang memiliki makna bahwa jika tidak ada terpaan k-pop maka nilai konsisten perilaku anggota komunitas soulmate tidak mengalami perubahan perilaku atau yang bernilai tetap 9.161 namun sebaliknya jika ada penambahan 1% tingkat terpaan k-pop maka terbentuklah perubahan perilaku pada anggota komunitas soulmate atau 1% penambahan terpaan k-pop maka anggota komunitas soulmate mengalami perubahan perilaku sebesar 0,825.

Dalam sub bab ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya. Penelitian ini menjelaskan Pengaruh Terpaan K-Pop di Youtube Terhadap Perilaku Komunitas Soulmate di Samarinda. berdasarkan hasil penelitian, responden untuk penelitian berjumlah 41 orang yang terdiri dari 14 laki-laki dan 27 perempuan.

a. Variabel X Terpaan K-Pop

Berdasarkan hasil penelitian pada indikator durasi sebanyak 73% responden menyatakan ketika menonton tayangan k-pop di youtube, anggota komunitas soulmate selalu menonton hingga selesai, sedangkan 2% responden menyatakan ketika menonton tayangan k-pop di youtube, anggota komunitas soulmate tidak pernah menonton hingga selesai, juga 63% responden menyatakan ketika menonton tayangan di youtube, anggota komunitas kadang menonton

hingga selesai dan 59% responden menyatakan bahwa mereka mengakses tayangan k-pop di youtube selama 10 menit. Berdasarkan indikator durasi peneliti dapat memberi kesimpulan bahwa anggota komunitas soulmate memberikan waktu yang cukup banyak sehingga mampu menonton sampai selesai tayangan k-pop di youtube agar dapat menerima setiap detail dari tayangan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian indikator frekuensi sebanyak 20% responden menyatakan bahwa anggota komunitas soulmate tidak menonton k-pop di youtube setiap hari. 47% responden menyatakan saat waktu luang menonton k-pop di youtube, juga 76% responden menyatakan ketika mau mengcover dance/lagu sering mengulang-ulang menonton video k-pop dalam sehari, juga 71% responden menyatakan bahwa menonton k-pop di youtube setiap hari libur saja. Berdasarkan indikator frekuensi peneliti dapat memberi kesimpulan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi anggota komunitas soulmate dalam mengakses dan menonton k-pop di youtube cukup tinggi karena k-pop youtube merupakan sarana anggota komunitas soulmate untuk mengcover dance dengan menonton youtube setiap harinya.

Berdasarkan hasil penelitian indikator atensi sebanyak 93% responden menyatakan saat menonton k-pop di youtube sambil makan. Sedang 29% responden menyatakan ketika sedang menonton k-pop di youtube mengobrol dengan teman. 41% responden menyatakan bahwa sangat fokus saat menonton tayangan k-pop di youtube dan 19% saya tidak melakukan aktifitas lain saat menonton k-pop di youtube. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa anggota komunitas soulmate tidak memberi perhatian yang penuh pada saat mengakses dan menonton tayangan k-pop di youtube dikarenakan saat menonton k-pop anggota komunitas soulmate melakukan aktifitas lainnya.

b. Variabel X Perilaku

Variabel kedua dalam penelitian ini adalah perilaku setelah menonton k-pop di youtube. Perilaku ini bisa dalam wujud terbuka ataupun tertutup. Sedangkan wujud yang terbuka ini adalah perilaku yang kasat mata dan dapat diamati secara langsung oleh panca-indra, seperti : cara berpakaian atau cara berbicara, sedangkan wujud yang tertutup adalah perilaku yang tertutup dan hanya dapat diketahui secara tidak langsung, misalnya : berpikir, sedih, berkhayal, bermimpi, takut, dan sebagainya, indikator pada variabel perilaku sebagai berikut.

Perilaku refleksi dalam penelitian ini meliputi refleksi perasaan, refleksi pikiran, refleksi pengalaman yang dihasilkan dari menonton k-pop di youtube. Berdasarkan penelitian pada indikator refleksi sebanyak 92% responden menyatakan sering berteriak kagum saat menonton k-pop idola saya, sedang 37% responden menyatakan selalu merasa deg-degan saat tampil dance ala k-pop dalam suatu event, juga 97% menyatakan saat mendengarkan lagu dari tayangan k-pop tanpa sadar ikut menyanyikan lagu tersebut, 71% responden menyatakan tahu hal-hal terbaru tentang k-pop saat menonton k-pop di youtube. Lalu 47% responden menyatakan ketika menonton sedang mendengarkan musik k-pop

teringat suatu kejadian masa lalu, dan 30% responden menyatakan mengikuti cara bermake up artis k-pop idolanya. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki respon yang positif dan menerima pesan dari tayang k-pop sebagai bentuk kecintaannya serta mampu mengekspresikan langsung.

Perilaku non refleksi dalam penelitian ini meliputi perilaku yang dibentuk, dipelajari, dan dikendalikan yang dihasilkan dari menonton k-pop di youtube.

Berdasarkan hasil penelitian pada indikator non refleksi sebanyak 92% responden menyatakan menirukan cara dance artis k-pop idolanya, 34% responden menyatakan ketika mengikuti suatu event selalu menggunakan kostum korea, sedang 46% responden menyatakan mempelajari bahasa korea dari lirik lagi saat menonton tayangan k-pop dan 92% responden menyatakan selalu mempelajari gerakan-gerakan melalui tayangan k-pop di youtube. Lalu 37% responden menyatakan ketika sedang sedih/marah saya segera menonton k-pop di youtube untuk menenangkan pikiran saya, dan 46% K-pop merubah selera musik saya. Maka dapat disimpulkan tayangan k-pop di youtube mampu membentuk dan mengendalikan perilaku anggota komunitas *soulmate*. Hal ini memperkuat pendapat miller dan dollard yang menyatakan bahwa seseorang dapat mempelajari perannya dalam kehidupan bermasyarakat apabila melihat peran orang lain sehingga dapat menyesuaikan tingkah lakunya.

Pembahasan

Setelah melalui tahapan analisis data yang dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan program spss 21, maka hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antar terpaan k-pop di youtube terhadap perilaku komunitas *soulmate* di Samarinda.

Dari keseluruhan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terpaan media, media disini adalah youtube, Youtube tidak hanya digunakan sebagai salah satu media pencari informasi namun penggunaan youtube yang tinggi dapat membuat perubahan perilaku pada pengguna media. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh k-pop di youtube terhadap perilaku komunitas *soulmate* di Samarinda, untuk menggambarkan bagaimana terpaan media melanda anggota komunitas *soulmate* merujuk pada hasil penelitian yang mana rata-rata responden menjawab netral, maka dapat disimpulkan terpaan youtube yang menyajikan konten berupa k-pop melanda anggota komunitas *soulmate* cukup kuat sehingga membentuk perilaku pada komunitas *soulmate*.

Penelitian ini juga mendukung teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori S-O-R, dijelaskan dalam teori tersebut bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism. Dari hasil penelitian ini menyatakan adanya pengaruh terpaan k-pop di youtube terhadap perilaku komunitas *soulmate* di Samarinda, dapat disimpulkan Perubahan perilaku komunitas *soulmate* terjadi dikarenakan tayangan k-pop di youtube mampu merangsangan secara efektif dan

diterima dengan baik oleh anggota komunitas soulmate melalui perhatian yang diberi, sehingga terjadinya sebuah keputusan yang merujuk pada perilaku anggota komunitas soulmate.

Selain teori S-O-R, teori lain yang mendukung penelitian ini yaitu teori pembelajaran sosial menurut Albert Bandura (1997) prasangka sama halnya perilaku yang terbentuk melalui proses belajar. perilaku ini terbentuk dari proses belajar. Dari hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh terpaan k-pop di youtube terhadap perilaku komunitas soulmate di Samarinda, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku anggota komunitas soulmate terjadi karena ada proses belajar melalui pengamatan atau belajar melalui tayangan k-pop tersebut, perilaku anggota komunitas dapat terbentuk dengan proses belajar dari apa yang dilihat dan dialaminya. Anggota komunitas soulmate mampu menerima perilaku dari tayangan k-pop di youtube dengan baik, merujuk pada banyaknya prestasi yang telah capai dengan bakat atau potensi *dance* yang dimiliki anggota komunitas soulmate pada saat mengikuti beberapa acara.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh terpaan k-pop di youtube terhadap perilaku pada komunitas soulmate di Samarinda berdasarkan uji korelasi regresi sederhana yang telah dilakukan. Menunjukkan hasil bahwa besarnya terpaan k-pop di youtube berpengaruh terhadap perilaku anggota komunitas soulmate nilai korelasi R sebesar 0,835 yang mengandung arti bahwa arah hubungannya yang dimiliki ialah positif sehingga dapat disimpulkan sangat kuat terpaan k-pop yang melanda anggota komunitas semakin kuat pula terbentuknya perubahan perilaku pada anggota komunitas soulmate.
2. Besarnya pengaruh terpaan media melalui dimensi durasi, frekuensi, dan atensi nilainya sebesar 0,697 atau 69,7% mengandung arti bahwa pembentukan perubahan perilaku pada komunitas soulmate yang terjadi tidak sepenuhnya disebabkan oleh dimensi durasi, frekuensi dan atensi pada tayangan k-pop di youtube namun ada faktor lain diluar dari model regresi penelitian ini.

Saran

Meninjau dari hasil penelitian yang membuktikan bahwa terpaan k-pop di youtube memiliki pengaruh terhadap perilaku anggota komunitas soulmate. Penelitian ini menggunakan tiga dimensi dari terpaan media yakni, durasi, frekuensi dan atensi, saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti pengaruh terpaan k-pop di youtube terhadap perilaku seseorang, dapat menggunakan dimensi terpaan media yang lain seperti: cara menonton, keterlibatan orang lain dll, merujuk pada teori terpaan media sehingga dapat memecahkan masalah dari faktor lain yang mempengaruhi perilaku komunitas soulmate

Daftar Pustaka

- Ardianto & Erdinaya, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media.
- Dijk, Van. 2006. *The network Society*. London: SAGE Publications.
- Effendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- McQuail, D. 2009. *Mass Communication Theory*. london : Stage Publication.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Dhalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.