



**PENGARUH FANATISME *IDOL* BTS PADA AKUN TWITTER
@armyindonesiaa_ TERHADAP PERILAKU IMITASI SISWA/I
PELAJAR SMA YADIKA 3 KELAS XII JUNI - DESEMBER**

2023

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

Vina Febriani

44220010030

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vina Febriani

NIM : 44220010030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH FANATISME *IDOL* BTS PADA AKUN TWITTER @ARMYINDONESIAA_ TERHADAP PERILAKU IMITASI SISWA/I PELAJAR SMA YADIKA 3 KELAS XII JUNI - DESEMBER 2023.

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Skripsi terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS Jakarta, Januari 2024
MERCU BUANA



(Vina Febriani)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Vina Febriani
NIM : 44220010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Riset Komunikasi : PENGARUH FANATISME *IDOL* BTS
PADA AKUN TWITTER @armyindonesiaa_ TERHADAP PERILAKU IMITASI
SISWA/I PELAJAR SMA YADIKA 3 KELAS XII JUNI - DESEMBER 2023

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


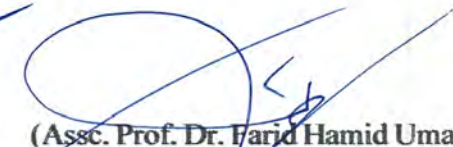
Pembimbing : Dr. A.Rahman HI, M.Si ()
NIDN : 0330126403
Ketua Penguji : Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si ()
NIDN : 0306047001
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201

Jakarta, Januari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si) () ()
(Ascc. Prof. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vina Febriani

NIM : 44220010030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Fanatisme *Idol* Bts Pada Akun Twitter @Armyindonesiaa_ Terhadap Perilaku Imitasi Siswa/I Pelajar Sma Yadika 3 Kelas Xii Juni - Desember 2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Januari 2024

Yang menyatakan



(Vina Febriani)

ABSTRAK

Nama : Vina Febriani
NIM : 44220010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Fanatisme *Idol* BTS Pada Akun Twitter @Armyindonesia_ Terhadap Perilaku Imitasi Siswa/I Pelajar Sma Yadika 3 Kelas XII Juni - Desember 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari fanatisme idol BTS pada akun *Twitter* (X) @armyindonesia_ terhadap perilaku imitasi Siswa/I Pelajar SMA YADIKA 3 Kelas XII. Fanatisme adalah suatu sikap atau perilaku yang cenderung fanatic terhadap idolanya. Fanatisme muncul karena adanya rasa cinta atau rasa semangat yang mendalam antara penggemar dengan idolanya, dari rasa cinta tersebut dapat memiliki pengaruh terhadap perilaku imitasi seseorang. Hubungan positif antara fanatisme atau rasa semangat yang berlebihan dengan imitasi atau perilaku meniru, semakin tinggi fanatisme seseorang terhadap tokoh idolanya, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk meniru perilaku, gaya, atau sikap dari tokoh idola tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif paradigma positivisme. Populasi pada penelitian ini merupakan penggemar BTS (ARMY) Siswa/I berusia 17-19 tahun melalui akun sosial media *Twitter* (X). pengambilan sampel menggunakan Non-Probability Sampling dengan Teknik Purposive, dengan jumlah sampel 100 orang penggemar. Digunakan kuesioner untuk Teknik pengumpulan datanya. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis regresi linear sederhana dengan bantuan Aplikasi SPSS versi 25.

Hasil analisis data diperoleh kesimpulan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa t hitung $13,424 > t$ tabel $1,29025$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H_0 ditolak H_a diterima. Dan hasil *R Square* sebesar sebesar $0,648$ atau $64,8\%$ menjelaskan bahwa variabel Perilaku Imitasi (Y) dipengaruhi oleh Fanatisme (X) sebesar $64,8\%$. Sedangkan $35,2\%$ Perilaku Imitasi dipengaruhi oleh variabel diluar model pada penelitian ini.

Kata Kunci : Fanatisme, Perilaku Imitasi, *Twitter* (X), *K-Pop*

ABSTRACT

Name : Vina Febriani
NIM : 44220010030
Study Program : *Communication Sciences*
Title of Thesis Report : *Pengaruh Fanatisme Idol BTS Pada Akun Twitter @Armyindonesiaa_ Terhadap Perilaku Imitasi Siswa/I Pelajar Sma Yadika 3 Kelas XII Juni - Desember 2023*

This study aims to determine whether or not there is an influence of BTS idol fanaticism on the Twitter account (X) @armyindonesiaa_ on the imitation behavior of YADIKA 3 Class XII high school students. Fanaticism is an attitude or behavior that tends to be fanatic about his idol. Fanaticism arises because of a deep sense of love or passion between fans and their idols, from this love can have an influence on a person's imitation behavior. The positive relationship between fanaticism or excessive enthusiasm and imitation or copying behavior, the higher a person's fanaticism for his idol character, the higher the tendency to imitate the behavior, style, or attitude of the idol character.

This study uses the quantitative method of the positivism paradigm. The population in this study were BTS fans (ARMY) Students / 17-19 years old through Twitter social media accounts (X). sampling using Non-Probability Sampling with Purposive Technique, with a sample size of 100 fans. A questionnaire was used for the data collection technique. The data analysis technique used is simple linear regression analysis technique with the help of the SPSS version 25 application.

The results of the data analysis were concluded with the t test results which showed that $t_{count} 13,424 > t_{table} 1,29025$. So it can be stated that the hypothesis H_0 is rejected H_a is accepted. And the R Square result of 0,648 or 64,8% explains that the Imitation Behavior variable (Y) is influenced by Fanaticism (X) by 64,8%. While 35,2% of Imitation Behavior is influenced by variables outside the model in this study.

Keywords: *Fanaticism, Imitation Behavior, Twitter (X), K-Pop*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa dan Maha Mengetahui dan segala limpahan rahmat dan hidayatnya yang diberikan kepada penulis. Tidak lupa shalawat serta salam saya curahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W beserta sahabat dan kerabatnya, yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Adapun judul skripsi ini yaitu **“PENGARUH FANATISME *IDOL* BTS PADA AKUN TWITTER @armyindonesiaa_ TERHADAP PERILAKU IMITASI SISWA/ PELAJAR SMA YADIKA 3 KELAS XII JUNI - DESEMBER 2023”**. Penyusunan skripsi ini dilakukan guna memenuhi tugas akhir dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata-1. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat kemampuan dan pengalaman yang dimiliki penulis masih terbatas. Oleh karenanya penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikana bantuan, bimbingan serta dorongan kepada penulis dalam Menyusun skripsi ini. Pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini yakni :

1. Bapak Dr. A. Rahman HI, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan kepada peneliti sehingga proposal ini dapat sesuai dengan yang ditetapkan.
2. Bapak Prof.Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom dan Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Dosen Mata Kuliah Riset Komunikasi.
6. Bapak Dr. Ervan Ismail, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Bapak Gerry Suryosukmono, M.S.M selaku Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
8. Kedua Orang Tua tercinta saya, Ayah Zukemi dan Mama Khoirah yang telah mendidik, medoakan kelancaran dan memberikan support dalam keadaan apapun.
9. Kakak-kakak saya, Surahmawati dan Syahrul Fikri yang selalu memberikan dukungan serta support dalam penyusunan skripsi ini.
10. Vina Ernia, dan Eri Tantri, *My Lovelyy* sahabat perjuangan peneliti dari awal perkuliahan sampai saat ini kami menyusun proposal skripsi bareng. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang saling mendukung satu sama lain, yang sudah bersedia menjadi tempat berkeluh kesah selama perkuliahan, membantu serta memberikan motivasi.
11. Terima kasih kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang selalu memberikan semangat serta motivasi melalui karya-karya yang telah dikeluarkannya, pemikiran serta inspirasi-inspirasi yang telah diberikan.
12. Muhammad Lutfi, Octaviana Haris Saputri, Bang Den, Shabita Salmadinda, Shafaussarirah, Febriana Putri Syahida, Fariz Fadliansyah, Rheina Nurafni, dan Achmad Alhafizh Aqil selaku orang yang selalu memberikan dukungan serta sabar menemani saya dalam penyusunan skripsi ini dan teman seperjuangan dalam Tugas Akhir.
13. Seluruh Rekan-Rekan Kepengurusan Himpunan Mahasiswa *Public Relations* 2022/2023 yang sudah mengajarkan dan memberikan pengalaman luar biasa saat menjadi anggota kepengurusan.

14. Harini Zaliani, Yunitania Simanjuntak, Rizka Hermawati, Michael Asswita selaku sahabat peneliti sejak SMP sampai saat ini. Peneliti ucapkan Terima Kasih.
15. Terima kasih bagi Bolo Essential dan 25 Cafe yang selalu menyediakan tempat untuk mengerjakan proposal skripsi ini.
16. Terima kasih teruntuk seluruh Mahasiswa/I yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta doa kepada peneliti dalam penyusunan proposal skripsi.
17. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan sedikit banyak andil serta doa kepada peneliti. Peneliti ucapkan Terima Kasih.
18. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all time.*

Demikian peneliti ucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu serta mendukung peneliti dalam penyusunan proposal skripsi ini. Peneliti menyadari belum sempurna dalam penulisan maupun hasil penelitian yang peneliti teliti, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi setiap pembaca serta menjadi referensi bagi peneliti yang ingin meneliti dengan judul yang serupa.

Jakarta, 21 Juli 2023

Penulis

Vina Febriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Akademis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis.....	16
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Komunikasi Massa.....	25
2.2.1 Model Komunikasi Lasswell.....	28
2.3 Teori Uses and Gratification.....	29
2.4 <i>Public Relations</i>	30
2.4.1 Teori Proses Public Relations.....	31
2.5 <i>New Media</i>	32
2.5.1 Media Sosial.....	35

2.6	Budaya Populer.....	37
2.6.1	Fanatisme	38
2.7	Perilaku	40
2.7.1	Imitasi.....	41
2.7.2	Teori Reirforcement Imitasi.....	42
2.7.3	keterkaitan antar variabel Fanatisme idol BTS dengan perilaku Imitasi Siswa/I Pelajar	43
2.8	Kerangka Pemikiran	44
BAB III	46
METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1	Paradigma Penelitian	46
3.2	Tipe penelitian	46
3.3	Metode Penelitian	47
3.4	Populasi dan Sampel.....	47
3.4.1	Populasi.....	47
3.4.2	Sampel	48
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel.....	49
3.5	Konsep dan Operasional	49
3.5.1	Definisi Konsep	49
3.5.2	Operasional Konsep	50
3.5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6.1	Primer.....	56
3.6.2	Sekunder.....	57
3.7	Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1	Uji Regresi	57
3.7.2	Uji f.....	58
3.7.3	Hipotesis Statistik	59
3.7.4	Koefisien Determinasi	60

BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Responden Penelitian	62
4.1.2 Kuesioner Penelitian	63
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1. Data Responden	63
4.2.2 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2.3 Persentase Responden berdasarkan Lama nya Menjadi Penggemar Idol BTS	64
4.2.4 Persentase Responden berdasarkan Pengeluaran Rata-rata Per-Bulan untuk Membeli Produk BTS	65
4.2.5 Persentase Responden berdasarkan Mengikuti (<i>Follow</i>) akun Twitter <i>@armyindonesiaa_</i>	66
4.3 Persentase Jawaban Pernyataan Kuesioner.....	67
4.3.1 Pernyataan Kuesioner Variabel X Dimensi <i>Instigation</i>	67
4.3.2 Pernyataan Kuesioner variabel X Dimensi <i>Committed Interaction</i>	72
4.3.3 Pernyataan Kuesioner variabel X Dimensi <i>Vicarious Impact</i>	76
4.3.4 Pernyataan Kuesioner Variabel X Dimensi <i>Superstition</i>	82
4.3.5 Pernyataan Kuesioner Variabel Y Dimensi <i>Copying</i>	86
4.3.6 Pernyataan Kuesioner Variabel Y Dimensi <i>Matched-dependent Behavior</i>	90
4.4 Hasil Analisis Data	94
4.4.1 Uji Regresi Linear Sederhana	94
4.4.2 Uji F	95
4.4.3 Uji T	95
4.4.4 Uji Hipotesis	96
4.4.5 Koefisien Determinasi	97
4.5 Pembahasan.....	98

BAB V	104
KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
5.2.1 Saran Akademis	105
5.2.2 Saran Praktis	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	109



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gerakan Black Live Matter 2020	3
Gambar 1. 2 Jumlah penayangan Official Music Vidio V 'Rainy Days'.....	6
Gambar 1. 3 ARMY mengeluarkan lagu "Love Letters" untuk Ulang Tahun BTS	7
Gambar 1. 4 Oli London Obsession With Jimin.....	8
Gambar 1. 5 Akun Twitter Fanbase ARMY @amyindonesiaa_	9
Gambar 1. 6 member Jungkook berkolaborasi dengan lemon air.....	10
Gambar 1. 7 Tiket Debut Solo GMA's Summer Concert Jungkook Terjual Habis	11
Gambar 1. 8 Jungkook BTS memberikan Resep Ramyeon untuk di recook ARMY	12
Gambar 1.9 Logo Yadika (Yayasan Abdi Karya).....	13
Gambar 1.10 Siswa SMA Yadika 3 Meraih Juara 3	13
Gambar 1. 11 Siswi SMA Yadika 3 Meraih Medali Emas dan Piagam	14
Gambar 1. 12 Siswa SMA Yadika 3 Mendapatkan Juara Favorit	14
Gambar 4. 1 Logo Aplikasi Twitter (X).....	61
Gambar 4. 2 Akun Twitter (X) @armyindonesiaa_	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Konsep Variabel.....	50
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	52
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	54
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas (X)	55
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas (Y).	56
Tabel 3.6 Distribusi Responden–Usia.....	63
Tabel 4.1 Distribusi Responden–Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Distribusi Responden – Berapa Lama Menjadi Penggemar	64
Tabel 4.3 Tabel Distribusi Responden – Pengeluaran Untuk Membeli Produk BTS.	65
Tabel 4.4 Distribusi Responden – Follow akun Twitter @armyindonesiaa_	66
Tabel 4.5 Distribusi Responden – Pernyataan 01	67
Tabel 4.6 Distribusi Responden – Pernyataan 02	68
Tabel 4.7 Distribusi Responden – Pernyataan 03	69
Tabel 4.8 Distribusi Responden – Pernyataan 04	70
Tabel 4.9 Responden Mengenai Fanatisme (X) – Dimensi Instigation	70
Tabel 4.10 Distribusi Responden – Pernyataan 05	72
Tabel 4.11 Distribusi Responden – Pernyataan 06	73
Tabel 4.12 Distribusi Responden – Pernyataan 07	73
Tabel 4.13 Distribusi Responden – Pernyataan 08	74
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Mengenai Fanatisme (X) – Dimensi Committed Interaction	75
Tabel 4.15 Distribusi Responden – Pernyataan 09	76
Tabel 4.16 Distribusi Responden – Pernyataan 10	77
Tabel 4.17 Distribusi Responden – Pernyataan 11	78
Tabel 4.18 Distribusi Responden – Pernyataan 12	79
Tabel 4.19 Distribusi Responden – Pernyataan 13	80
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Fanatisme (X) – Dimensi Vicarious Impact	80
Tabel 4.21 Distribusi Responden – Pernyataan 14	82

Tabel 4.22 Distribusi Responden – Pernyataan 15	83
Tabel 4.23 Distribusi Responden – Pernyataan 16	84
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Fanatisme (X) – Dimensi Superstition ...	84
Tabel 4.25 Distribusi Responden – Pernyataan 17	86
Tabel 4.26 Distribusi Responden – Pernyataan 18	87
Tabel 4.27 Distribusi Responden – Pernyataan 19	88
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Imitasi (Y) – Dimensi Copying.	88
Tabel 4.29 Distribusi Responden – Pernyataan 20	90
Tabel 4.30 Distribusi Responden – Pernyataan 21	91
Tabel 4.31 Distribusi Responden – Pernyataan 22	92
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Imitasi (Y) – Dimensi Matched-dependent Behavior.	92
Tabel 4.33 Tabel Coefficients	94
Tabel 4.34 Tabel Hasil Uji f	95
Tabel 4.35 Tabel Hasil Uji T	95
Tabel 4.36 Tabel Uji Koefisien Determinasi	97

