



**PENGARUH PENGGUNA MEDIA SOSIAL “BOYBAND
KOREAN POP BTS” TERHADAP PERILAKU IMITASI
“PENGGEAR ARMY” DI KOTA PANGKAL PINANG**

SKRIPSI

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi

DISUSUN OLEH

Charissima Addhabie

44220010162

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Charissima Addhabie
NIM : 44220010162
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Lamporan Skripsi : Pengaruh Pengguna Media Sosial “Boyband Korean Pop BTS” Terhadap Perilaku Imitasi “Penggemar ARMY” di Kota Pangkal Pinang

Menyatakan bahwa Laporan 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 Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS Jakarta, 10 Januari 2025
MERCU BUANA



Charissima Addhabie

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Charissima Addhabie
NIM : 44220010162
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial “ Boyband Korean Pop BTS” Terhadap Perilaku Imitasi “Penggemar ARMY” di Kota Pangkal Pinang.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M. Si

NIDN : 0316026801

Ketua Penguji : Dr. Abdul Rahman H.I., M. Si

NIDN : 0330126403

Penguji Ahli : Dr. Novi Erlita, MA

NIDN : 0309118502

Jakarta, 10 Januari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)



(Dr. Farid Hamid, M. Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan Hidayat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, tiada lupa shalawat dan salam kepada Rasullullah Muhammad S.A.W yang kelak kita harapkan Syafaatnya di hari kemudian kelak. Penulisan skripsi ini merupakan kajian singkat mengenai *Pengaruh Pengguna Media Sosial “Boyband Korean Pop BTS” Terhadap Perilaku Imitasi “Penggemarnya ARMY” Di Kota Pangkal Pinang.*

Penulis menyadari dalam hal penulisan baik teori pendukung, sistem penulisan, kata-kata dan isi dari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Tetapi faktor kesulitan itu lebih banyak datang dari diri sendiri, kesulitan itu akan terasa mudah apabila kita yakin terhadap kemampuan yang kita miliki. Sebelumnya saya mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan dan saya memohon kritik dan saran agar makalah ini dapat berguna bagi saya pada khususnya dan pihak lainnya. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Dalam menyelesaikan skripsi, peneliti telah mendapatkan banyak bantuan serta dukungan, baik secara moril dan materil. Untuk itu pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Juwono Tri Atmodjo, Dr.,M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah sabar membantu dan mengarahkan penulisan dalam menyusun penulisan skripsi dan memberikan saran.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

3. Dr. Farid Hamid, M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M. Ikom, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi, terima kasih atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi.
5. Ibu Yuliawati, S.Sos, M.Ikom, selaku dosen pembimbing mata kuliah Riset Komunikasi yang telah sabar mengajar, memberi arahan dan memberikan saran.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh staf Tata Usaha atas segala bantuan dan pelayanan yang baik kepada penulis selama berkuliah.
8. Kepada kedua orang tua penulis, ayah Suratana Jr dan ibu Evi Karyati yang pengertian dan tidak jenuh untuk menyemangati penulis ketika menghadapi rasa malas dan ketakutan dalam menyusun skripsi ini. Telah bekerja keras untuk dapat menyediakan segala kebutuhan yang diperlukan penulis selama kuliah.
9. Kakak dan Adik penulis, Imen Oktavia dan Inessima Addhabie yang juga menyemangati dari hati dan memberi dukungan.
10. Kepada keponakan penulis Baikal Jamaiko dan Shakil Alfatih yang telah mendukung penulis.
11. Kepada keluarga besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah senantiasa memberikan doa dan mendukung penulis.
12. Kepada Bagus, Dira, Caca dan Venus terima kasih telah menjadi teman bimbingan yang selalu bersama saya dalam menegrjakan Tugas Akhir.
13. Kepada Nurharda, Mentari, Nayla, Hilda, Alda, Kinan, Anisa, Kak Indah dan Kak alya yang telah menjadi sahabat yang telah menemani berbagi canda tawa dan kesedihan selama saya menjalani masa kuliah di jakarta dan seterusnya berlanjut walau kita tak lagi bersama.

14. Kepada ARMY Pangkal Pinang, selaku responden penulis dalam penelitian ini yang sudah mau meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan juga turut membantu membagikan kuesioner penulis sehingga dapat mencapai target sampel yang ditentukan.
15. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang sudah memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak telah membantu, dengan menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya waktu dan kemampuan penulis. Sebelumnya penulis meminta maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan dan penulis memohon kritik dan saran agar makalah ini dapat berguna bagi penulis pada khususnya dan pihak lainnya.

Jakarta, 19 Maret 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis



Charissima Addhabie

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Charissima Addhabie
NIM : 44220010162
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Pengguna Media Sosial “Boyband Korean Pop BTS” Terhadap Perilaku Imitasi “Penggemar ARMY” di Kota Pangkal Pinang.

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Januari 2025
Yang Menyatakan



METERAI
TEMPEL
00A5B&VX 188484447

Charissima Addhabie

ABSTRAK

Nama : Charissima Addhabie
NIM : 44220010162
Perogram Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Pengguna Media Sosial “Boyband Korean Pop BTS” Terhadap Perilaku Imitasi “Penggemar ARMY di Kota Pangkal Pinang
Pembimbing : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengguna media sosial yang berkaitan dengan BTS, terhadap perilaku imitasi penggemar ARMY di Kota Pangkal Pinang. Dalam era modernisasi, fenomena K-Pop telah menjadi bagian integral dari budaya populer di Indonesia, terutama di kalangan generasi. Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana pengguna media sosial berperan dalam membentuk pola perilaku dan budaya penggemar, serta dampaknya terhadap perubahan sosial di masyarakat Indonesia.

Pembahasan mengenai variabel X Pengguna Media Sosial yaitu menggunakan aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi, sedangkan variabel Y Perilaku Imitasi yaitu menggunakan indikator Copying dan Matched-dependent Behavior.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma Positivisme dan model penelitian survei dengan teknik purposive *sampling* dan *simple random sampling*. Populasi yang diambil yaitu Komunitas Penggemar ARMY di Kota Pangkal Pinang, dan sampel yang diambil berjumlah 154 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Dari penelitian ini menunjukkan hasil analisis data yang terdapat pengaruh dan signifikan antara pengguna media sosial BTS terhadap perilaku imitasi Penggemar ARMY sebesar 25,8%, dan sedangkan 74,2% merupakan diluar oleh faktor lainnya.

Kata Kunci : Pengguna Media Sosial, Perilaku Imitasi, Copying, Matched-dependent Behavior



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

ABSTRACT

Name : Charissima Addhabie
NIM : 44220010162
Study Program : Communication Science
Title Report : The Influence of Social Media Users “Korean Pop Boyband BTS” on the Imitation Behavior of “ARMY Fans” in Pangkal Pinang City
Counsellor : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si

This study aims to analyze the influence of social media users related to BTS, on the imitation behavior of ARMY fans in Pangkal Pinang City. In the era of modernization, the K-Pop phenomenon has become an integral part of popular culture in Indonesia, especially among generations. The research identifies how social media users play a role in shaping patterns of fan behavior and culture, as well as its impact on social transformation in Indonesian society.

The discussion of variabel X Social Media Users, uses aspects of attention, appreciation, duration, and frequency, while variabel Y Imitation Behavior uses indicators of Copying and Matched- dependent Behavior.

The study used a quantitative approach with the positivism paradigm and a survey research model with purposive sampling and simple random sampling techniques. The population taken was the ARMY fan Community in Pangkal Pinang City, and the sample taken amounted to 154 respondents. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, normality test, simple linear regression test, coefficient of determination test, T test and F test.

This study shows the results of data analysis that there is an influence and significance between BTS social media users on the imitation behavior of ARMY fans by 25.8%, and while 74.2% is outside by other factors.

Keywords : Social Media Users, Imitation Behavior, Copying, Matched-dependent Behavior

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMANJUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | vii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 12 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis..... | 12 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 14 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 14 |
| 2.2 Kajian Teori | 25 |
| 2.2.1 Komunikasi Antar Budaya | 25 |
| 2.2.2 Budaya Populer | 27 |
| 2.2.3 Media Sosial | 30 |
| 2.2.4 Pengguna Media Sosial | 35 |
| 2.2.5 Perilaku Imitasi..... | 37 |
| 2.2.6 Boyband Korea..... | 44 |
| 2.2.7 Teori Uses and Gratification | 47 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3 Hipotesis Teoritis..... | 48 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 50 |
| 3.1 Paradigma Penelitian | 50 |
| 3.2 Metode Penelitian | 51 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 52 |
| 3.3.1 Populasi | 52 |
| 3.3.2 Sampel | 52 |
| 3.3.3 Teknik Penarikan Sampel..... | 54 |
| 3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep..... | 54 |
| 3.4.1 Definisi Konsep | 54 |
| 3.4.2 Operasionalisasi Konsep | 55 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 57 |
| 3.5.1 Data Primer..... | 57 |
| 3.5.2 Data Sekunder | 58 |
| 3.6 Validitas dan Reliabilitas | 59 |
| 3.6.1 Validitas..... | 59 |
| 3.6.2 Reliabilitas | 64 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 66 |
| 3.7.1 Uji Normalitas | 67 |
| 3.7.2 Analisis Regresi Linier..... | 67 |
| 3.7.3 Uji T..... | 68 |
| 3.7.4 Uji F..... | 69 |
| 3.8 Uji Hipotesis | 69 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 70 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 70 |
| 4.1.1 Struktur Komunitas | 71 |
| 4.1.2 Kegiatan Komunitas ARMY | 71 |
| 4.1.3 Media Sosial | 76 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 79 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden | 79 |

| | | |
|-----------------------------|---|------------|
| 4.2.2 | Variabel X Pengguna Media Sosial..... | 83 |
| 4.2.3 | Variabel Y (Perilaku Imitasi) | 95 |
| 4.3 | Hasil Analisis Data | 108 |
| 4.3.1 | Uji Normalitas | 108 |
| 4.3.2 | Analisis Regresi Linear sederhana | 109 |
| 4.3.3 | Koefisien Determinasi | 110 |
| 4.3.3 | Uji F..... | 111 |
| 4.3.4 | Uji T..... | 112 |
| 4.4 | Pembahasan | 112 |
| BAB V | | 118 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | | 118 |
| 5.1 | Kesimpulan | 118 |
| 5.2 | Saran | 119 |
| 5.2.1 | Saran Akademis..... | 119 |
| 5.2.2 | Saran Praktis | 119 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 120 |
| LAMPIRAN | | 123 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Personil Member BTS | 4 |
| Gambar 1. 2 Instagram BTS | 8 |
| Gambar 1. 3 Youtube BTS | 8 |
| Gambar 1. 4 Chat Group whatsapp ARMY | 10 |
| Gambar 1. 5 Group whatsapp ARMY | 10 |
| Gambar 2. 1 Gaya Berpakaian..... | 39 |
| Gambar 2. 2 Gaya Berbicara | 40 |
| Gambar 2. 3 Cara Makan..... | 40 |
| Gambar 2. 4 Aksesoris BTS | 41 |
| Gambar 2. 5 Restoran Korea (Tendaan)..... | 41 |
| Gambar 2. 6 Restoran Korea (Modern)..... | 41 |
| Gambar 2. 7 Personil Member BTS | 47 |
| Gambar 3. 1 Rumus Validitas | 59 |
| Gambar 3. 2 Rumus Reliabilitas..... | 64 |
| Gambar 4. 1 Event Birthday Party | 72 |
| Gambar 4. 2 Event Anniversary..... | 73 |
| Gambar 4. 3 Charity Project..... | 74 |
| Gambar 4. 4 Vote dan Streaming Project..... | 75 |
| Gambar 4. 5 Group Whatsapp ARMY Bangka..... | 77 |
| Gambar 4. 6 Instagram ARMY Bangka..... | 78 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Biodata Anggota BTS | 5 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 24 |
| Tabel 3. 1 Oprasionalisasi Konsep | 55 |
| Tabel 3. 2 R-Tabel..... | 60 |
| Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel X (Pengguna Media Sosial) | 62 |
| Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Imitasi)..... | 63 |
| Tabel 3. 5 Koefisin Reliabilitas | 65 |
| Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Pengguna Media Sosial) | 65 |
| Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Perilaku Imitasi) | 66 |
| Tabel 4. 1 Struktur Organisasi Komunitas ARMY Pangkal Pinang | 71 |
| Tabel 4. 2 Penggemar ARMY di Kota Pangkal Pinang | 79 |
| Tabel 4. 3 Follow Akun Media Sosial BTS | 80 |
| Tabel 4. 4 Jenis Kelamin | 80 |
| Tabel 4. 5 Usia..... | 81 |
| Tabel 4. 6 Pengguna media sosial perminggu | 81 |
| Tabel 4. 7 Penggunaan akun media sosial BTS | 82 |
| Tabel 4. 8 Daya tarik Daily Activity | 83 |
| Tabel 4. 9 Daya tarik konser BTS | 84 |
| Tabel 4. 10 Daya tarik produk fashion | 84 |
| Tabel 4. 11 Daya tarik produk makanan | 85 |
| Tabel 4. 12 Penggemar menikmati konser BTS..... | 85 |
| Tabel 4. 13 Penggemar menyukai produk fashion | 86 |
| Tabel 4. 14 Penggemar mengikuti Daily Activity..... | 87 |
| Tabel 4. 15 Daily Activity BTS tidak untuk ditiru..... | 87 |
| Tabel 4. 16 Daya tarik lagu-lagu BTS..... | 88 |
| Tabel 4. 17 Daya tarik dance BTS..... | 88 |
| Tabel 4. 18 Daya tarik produk rekomendasi BTS | 89 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 4. 19 Market Place menyediakan produk BTS..... | 90 |
| Tabel 4. 20 Rekomendasi produk BTS beli di e-commerce..... | 90 |
| Tabel 4. 21 Daya tarik dengan gaya pakaian BTS | 91 |
| Tabel 4. 22 Daya tarik dengan gaya rambut BTS | 91 |
| Tabel 4. 23 Daya tarik aksesoris anggota BTS..... | 92 |
| Tabel 4. 24 Produk-produk BTS cocok di saya..... | 93 |
| Tabel 4. 25 Waktu luang saya untuk mengakses media sosial..... | 93 |
| Tabel 4. 26 Lupa waktu akses media sosial | 94 |
| Tabel 4. 27 Akses media sosial setiap hari..... | 94 |
| Tabel 4. 28 Mempelajari bahasa Korea | 95 |
| Tabel 4. 29 Menyelipkan bahasa Korea | 96 |
| Tabel 4. 30 Mengikuti kata-kata bahasa Korea | 96 |
| Tabel 4. 31 Bahasa Indonesia, bahasa sehari-hari | 97 |
| Tabel 4. 32 Gaya berpakaian BTS membuat saya keren..... | 98 |
| Tabel 4. 33 Gaya berpakaian BTS membuat saya percaya diri..... | 98 |
| Tabel 4. 34 Koleksi pakaian produk Korea | 99 |
| Tabel 4. 35 Membeli produk-produk dari Korea..... | 100 |
| Tabel 4. 36 Mengikuti gaya pakaian, aksesoris, dan rambut BTS | 100 |
| Tabel 4. 37 Mengenakan baju BTS | 101 |
| Tabel 4. 38 Menggunakan sepatu Nike Dunk Low Retno | 101 |
| Tabel 4. 39 Membeli pakaian dan aksesoris di web..... | 102 |
| Tabel 4. 40 Gaya berpakaian BTS bukan selera saya | 103 |
| Tabel 4. 41 Gaya rambut sama dengan anggota BTS | 103 |
| Tabel 4. 42 Belajar kebiasaan orang Korea agar terlihat sama anggota BTS | 104 |
| Tabel 4. 43 Skincare rekomedasi BTS | 105 |
| Tabel 4. 44 Membeli skincare yang direkomendasi BTS..... | 105 |
| Tabel 4. 45 Mendengarkan album BTS..... | 106 |
| Tabel 4. 46 Menonton film yang direkomendasikan BTS | 106 |
| Tabel 4. 47 Me-recook resep masakan BTS..... | 107 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4. 48 Uji Normalitas | 108 |
| Tabel 4. 49 Regresi Linear Sederhana..... | 109 |
| Tabel 4. 50 Koefisien Determinasi Model Summary | 110 |
| Tabel 4. 51 Hasil Uji F | 111 |
| Tabel 4. 52 Hasil Uji T | 112 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 123 |
| Lampiran 2 Surat Izin Penelitian | 129 |
| Lampiran 3 Data Tabulasi Variabel X (Pengguna Media Sosial) | 130 |
| Lampiran 4 Data Tabulasi Variabel Y (Perilaku Imitasi) | 138 |
| Lampiran 5 Data Validitas Variabel X..... | 146 |
| Lampiran 6 Data Validitas Variabel Y | 147 |
| Lampiran 7 Uji Reliabilitas | 148 |
| Lampiran 8 Uji Normalitas..... | 148 |
| Lampiran 9 Uji Regresi Linear Sederhana | 149 |
| Lampiran 10 Uji Koefisien Determinasi | 149 |
| Lampiran 11 Uji F | 149 |
| Lampiran 12 Uji T | 150 |
| Lampiran 13 CV..... | 151 |

