



**PENGARUH KONTEN YOUTUBE SHINING SOLO TERHADAP
LOYALITAS PENGGEMAR BOYGROUP K-POP TREASURE
DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Disusun Oleh:
Resa Fitriani**

44321010030

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Resa Fitriani
NIM : 44321010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten YouTube *Shining Solo*
Terhadap Loyalitas Penggemar *BoyGroup*
K-Pop Treasure di Media Sosial

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.

Jakarta. 22 Januari 2025



Resa Fitriani

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Resa Fitriani
NIM : 44321010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten YouTube *Shining Solo*
Terhadap Loyalitas Penggemar *BoyGroup*
K-Pop Treasure di Media Sosial

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 1 : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom ()

NIDN : 0316088503

Ketua Penguji : Ridho Azlam Ambo Asse, M.Ikom ()

NIDN : 0308089202

Penguji Ahli : Rika Jessica Rahmah, M.Ikom ()

NIDN : 0314057804

Jakarta, 22 Januari 2025

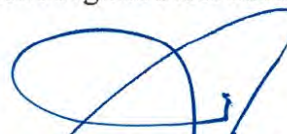
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Resa Fitriani
NIM : 44321010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten YouTube *Shining Solo*
Terhadap Loyalitas Penggemar *BoyGroup*
K-Pop Treasure di Media Sosial

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, mengalihmedia/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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Januari 2025

Yang menyatakan,



Resa Fitriani

ABSTRAK

Nama : Resa Fitriani
NIM : 44321010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten YouTube *Shining Solo*
Terhadap Loyalitas Penggemar *BoyGroup*
K-Pop Treasure di Media Sosial
Pembimbing : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh konten YouTube "Shining Solo" terhadap loyalitas penggemar boy group K-Pop Treasure di Media Sosial. Pertumbuhan pesat penggunaan YouTube di Indonesia menjadikannya platform yang strategis untuk membangun engagement dengan penggemar. Melalui teori komunikasi pemasaran digital, penelitian ini menganalisis bagaimana konten visual, audio, dan narasi emosional dalam video "Shining Solo" dapat memperkuat ikatan antara idola dan penggemar. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 penggemar Treasure. Analisis data menggunakan software JASP menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara konten YouTube "Shining Solo" dengan loyalitas penggemar. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi content marketing yang efektif, seperti yang ditampilkan dalam video "Shining Solo", mampu meningkatkan kesetiaan penggemar terhadap Treasure. Penggemar merasa lebih terhubung secara emosional dengan idola mereka melalui konten yang relevan dan menarik. Temuan ini menyoroti pentingnya peran konten digital dalam membangun loyalitas konsumen, khususnya dalam industri hiburan. Bagi pelaku industri, penelitian ini memberikan wawasan mengenai strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau dan mempertahankan penggemar. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena fandom K-Pop di Media Sosial.

Kata Kunci : Konten marketing, loyalitas penggemar, K-Pop, komunikasi pemasaran digital, Treasure.

ABSTRACT

Name : Resa Fitriani
NIM : 44321010030
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : *The influence of YouTube content "Shining Solo" on the loyalty of K-Pop boy group Treasure fans on Social Media*
Counsellor : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

This study aims to examine the influence of YouTube content "Shining Solo" on the loyalty of K-Pop boy group Treasure fans on social media. The rapid growth of YouTube usage in Indonesia makes it a strategic platform to build fan engagement. Through the theory of digital marketing communication, this study analyzes how visual, audio, and emotional narratives in the "Shining Solo" video can strengthen the bond between idols and fans. Research data was obtained through the distribution of questionnaires to 100 Treasure fans. Data analysis using JASP software shows a significant and positive relationship between YouTube content "Shining Solo" and fan loyalty. The results indicate that effective content marketing strategies, as demonstrated in the "Shining Solo" content, can increase fans' loyalty to Treasure. Fans feel more emotionally connected to their idols through relevant and engaging content. These findings highlight the importance of digital content in building consumer loyalty, especially in the entertainment industry. For industry practitioners, this research provides insights into effective marketing strategies to reach and retain fans. Additionally, this study also contributes to a deeper understanding of the K-Pop fandom phenomenon on social media.

Keywords: *Content marketing, fan loyalty, K-Pop, digital marketing communication, Treasure,*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas nikmat, rahmat serta karunia yang terlimpahkan, peneliti bisa menyiapkan penelitian tugas akhir dengan judul : “Pengaruh konten YouTube *Shining Solo* terhadap loyalitas penggemar *Boy Group K-Pop Treasure* di Media Sosial” dengan tepat waktu. Penelitian ini disusun untuk persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1). Komunikasi Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.

Pada proses penyelesaian penelitian ini tentunya tidak terlepas dari peran dan bantuan berharga dari sebagian pihak dalam doa, bantuan, petunjuk, saran, bimbingan serta dukungan. Maka dari itu, di kesempatan yang berharga ini saya ingin mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang mendalam dari lubuk hati kepada yang terhormat, antara lain:

1. Riki Arswendi, S. Sos, M.IKom, selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberi saran serta motivasi hingga saya bisa menyiapkan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Melly Ridharyanti, M.Soc.Sc, Ph.D, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ridho Azlam, M.I.Kom selaku Sekprodi Advertising and Marketing Communication.
6. Rika Jessica Rahmah, M.Ikom, selaku dosen penguji ahli sidang skripsi penelitian ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen Pengampu Mata Kuliah Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah memberi dan mengajarkan ilmu nya yang bermanfaat kepada saya.
8. Staf Tata Usaha atas semua bantuan dan kemudahan yang sudah diberikan pada saat proses penelitian dan penulisan skripsi ini
9. Mama Tarsiwen dan Bapak Umar selaku orang tua peneliti, yang sudah mendidik dan memotivasi serta memberi banyak doa dan dukungan baik secara moril serta materil selama proses penulisan skripsi ini.
10. Sahabat terbaik saya Lily, Tarisya, Laras dan Adit terima kasih atas tawa, canda, dan dukungan yang kalian berikan selama masa pengerjaan skripsi ini.
11. Teman seperjuangan selama perkuliahan Vinka, Ivo, Nasywa, Shalza Nasya, Afifah dan Puput. Terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan mendengarkan keluhan peneliti dan membantu peneliti dalam penyusunan penelitian ini.
12. Terima kasih kepada seluruh responden *Treasure Maker* yang sudah bersedia memberi waktunya untuk mengisikan kuesioner pada penelitian ini.
13. Member *Boy Group Treasure* Hyunsuk, Jihoon, Yoshi, Junkyu, Jaehyuk, Asahi, Doyoung, Haruto, Jeongwoo, dan Junghwan yang sudah menjadi sumber objek penelitian dan sudah menjadi sumber inspirasi serta semangat bagi penulis selama masa perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini melalui karya dan musik yang dibuat.
14. Seluruh pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, semoga kebaikan kalian mendapat ganjaran yang setimpal.

Dengan penuh kerendahan hati, peneliti menyampaikan permohonan maaf atas kemungkinan adanya kekeliruan pada penulisan Tugas Akhir Skripsi ini. Hal itu dapat terjadi karena keterbatasan kemampuan dan minimnya pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga hasil penelitian ini bisa memberi manfaat serta menjadi referensi dan masukan yang berguna bagi para pembaca.

Jakarta, 13 Januari 2025



Resa Fitriani

44321010030



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 16 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 16 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 16 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 16 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 16 |
| BAB II..... | 17 |
| KAJIAN PUSTAKA | 17 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.2 Kajian Teoritis | 26 |
| 2.2.1 Komunikasi | 26 |
| 2.2.2 Komunikasi Pemasaran..... | 29 |
| 2.2.4 Media Digital | 41 |
| 2.2.5 Media Sosial..... | 43 |
| 2.2.6 <i>Content Marketing</i> | 45 |
| 2.2.7 Youtube | 50 |
| 2.2.8 Loyalitas Konsumen..... | 54 |

| | | |
|---------------------------------------|---|----|
| 2.3 | Kerangka Pemikiran | 56 |
| BAB III | | 57 |
| METODOLOGI PENELITIAN | | 57 |
| 3.1 | Paradigma Penelitian | 57 |
| 3.2 | Metode Penelitian | 57 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel | 58 |
| 3.3.1 | Populasi | 58 |
| 3.3.2 | Sampel | 58 |
| 3.3.3 | Teknik Penarikan Sampel | 59 |
| 3.4 | Definisi Konsep dan Operasional Konsep | 59 |
| 3.3.4 | Definisi Konsep | 60 |
| 3.3.5 | Operasionalisasi Konsep | 61 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 61 |
| 3.6.1 | Data Primer | 61 |
| 3.6.2 | Data Sekunder | 62 |
| 3.6 | Uji Validitas dan Reabilitas | 62 |
| 3.6.1 | Uji Validitas | 62 |
| 3.6.2 | Uji Reabilitas | 64 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 66 |
| 3.8 | Analisis Regresi Linear Sederhana | 66 |
| 3.9 | Uji Hipotesis | 67 |
| BAB IV | | 68 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 68 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 68 |
| 4.2 | Hasil Penelitian | 71 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 71 |
| 4.2.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 71 |
| 4.2.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 72 |
| 4.2.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili | 72 |
| 4.2.5 | Analisis Variabel <i>Content Marketing</i> (X) | 73 |
| 4.2.6 | Analisis Variabel Loyalitas Penggemar (Y) | 86 |
| 4.2.7 | Deskriptif Variabel | 95 |

| | | |
|---------------------------|---|-----|
| 4.2.8 | Uji Korelasi | 97 |
| 4.2.9 | Analisis Regresi Linear Sederhana | 99 |
| 4.2.10 | Hasil Uji T | 100 |
| 4.2.11 | Hasil Uji Koefisien Determinasi | 101 |
| 4.3 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 102 |
| BAB V..... | | 111 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 111 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 111 |
| 5.2 | Saran..... | 112 |
| 5.2.1 | Saran Akademis..... | 112 |
| 5.2.2 | Saran Praktis | 113 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 114 |
| LAMPIRAN..... | | 118 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Website yang paling banyak di kunjungi di Indonesia..... | 1 |
| Gambar 1. 2 Boygroup K-pop TREASURE | 5 |
| Gambar 1. 3 Prestasi TREASURE Sebelum Debut | 6 |
| Gambar 1. 4 Treasure masuk top 100 Musik Mingguan..... | 6 |
| Gambar 1. 5 Album ‘Reboot’ menjadi album pertama TREASURE yang terjual 1juta..... | 7 |
| Gambar 1. 6 Poster konser TREASURE Tour Hello in Jakarta 2023 | 7 |
| Gambar 1. 7 Teaser Shining Solo Treasure | 11 |
| Gambar 1. 8 Respon penggemar Treasure | 13 |
| Gambar 1. 9 Poster Konser TREASURE RELAY TOUR 2024 | 14 |
| Gambar 4. 1 Boyband K-Pop Treasure | 68 |
| Gambar 4. 2 Konten YouTube Shining Solo Treasure | 70 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 17 |
| Tabel 2. 3 Kerangka Pemikiran..... | 56 |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep..... | 61 |
| Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X..... | 63 |
| Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y..... | 64 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Reabilitas Variabel X..... | 65 |
| Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y..... | 65 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 71 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 71 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 72 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... | 72 |
| Tabel 4. 5 Dimensi Reader Cognition (1)..... | 73 |
| Tabel 4. 6 Dimensi Reader Cognition (2)..... | 74 |
| Tabel 4. 7 Dimensi Reader Cognition (3)..... | 75 |
| Tabel 4. 8 Dimensi Sharing Motivation (1)..... | 76 |
| Tabel 4. 9 Dimensi Sharing Motivation (2)..... | 77 |
| Tabel 4. 10 Dimensi Persuations (1)..... | 78 |
| Tabel 4. 11 Dimensi Persuasion (2)..... | 80 |
| Tabel 4. 12 Dimensi Persuasion (3)..... | 81 |
| Tabel 4. 13 Dimensi Decision Making (1)..... | 82 |
| Tabel 4. 14 Dimensi Decision Making (2)..... | 83 |
| Tabel 4. 15 Dimensi Life Factors (1)..... | 84 |
| Tabel 4. 16 Dimensi Life Factors (2)..... | 85 |
| Tabel 4. 17 Dimensi Repeat (1)..... | 86 |
| Tabel 4. 18 Dimensi Repeat (2)..... | 87 |
| Tabel 4. 19 Dimensi Repeat (3)..... | 88 |
| Tabel 4. 20 Dimensi Repeat (4)..... | 89 |
| Tabel 4. 21 Dimensi Retention (1)..... | 90 |
| Tabel 4. 22 Dimensi Retention (2)..... | 90 |
| Tabel 4. 23 Dimensi Retention (3)..... | 91 |
| Tabel 4. 24 Dimensi Refferal (1)..... | 92 |
| Tabel 4. 25 Dimensi Refferal (2)..... | 93 |
| Tabel 4. 26 Dimensi Refferal (3)..... | 94 |
| Tabel 4. 27 Pedoman Analisa Skor Penelitian..... | 95 |
| Tabel 4. 28 Deskriptif Variabel X..... | 96 |
| Tabel 4. 29 Deskriptif Variabel Y..... | 97 |
| Tabel 4. 30 Hasil Uji Korelasi..... | 98 |
| Tabel 4. 31 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana..... | 99 |
| Tabel 4. 32 Hasil Uji T..... | 100 |
| Tabel 4. 33 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 101 |