

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP REMAJA PADA BUDAYA KOREAN POP DI KOTA SURABAYA

Yodiva Fitri Amalia^{1*}, Didik Tranggono²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
*yodivafitri@gmail.com

Submitted: 11-09-2022, Revision: 02-11-2022, Accepted: 20-12-2022

Abstract

At present the global influence in the spread of culture is increasingly visible due to various factors. Supporting factors such as social media and mass media. In the development of the phenomenon of K-Pop (Korean Pop) or the wave of the Korean Wave in Indonesia, this has led to the emergence of many communities of lovers of K-Pop artists, especially for teenagers, of course many have formed a community so that they can share information or knowledge about the Korean Wave. Korean pop culture is highly accepted by teenage fan groups in the city of Surabaya. The purpose of this study is to determine the effect of role models and the expression of idolization of Korean pop culture on adolescent attitudes in the city of Surabaya. The theory used is Korean pop culture which consists of Role Models and Expression of Idolization. Besides that, it also uses the theory of adolescent attitudes. The research method used in this research is quantitative. With data collection techniques through the distribution of questionnaires/questionnaires. The results of this study show the results of multiple linear regression analysis, the dimension of Korean pop culture that has the greatest influence on adolescent attitudes in the city of Surabaya is role mode with an overall indicator mean of 2.95. Then the results of the hypothesis test show that the influence given by Korean pop content culture on adolescent attitudes in the city of Surabaya has an influence of 81%.

Keyword: Culture, Attitudes, Korean Pop, Korean Wave

Abstrak

Pada masa sekarang pengaruh global dalam penyebaran budaya semakin terlihat dengan adanya berbagai faktor. Faktor pendukung seperti media sosial dan media-media massa. Dalam perkembangan Fenomena K-Pop (Korean Pop) atau gelombang *Korean Wave* di Indonesia ini menimbulkan munculnya banyak komunitas pecinta artis-artis K-Pop, terutama bagi para remaja tentunya banyak membentuk suatu komunitas agar dapat berbagi informasi ataupun pengetahuan mengenai *Korean Wave*. Budaya pop Korea sangat diterima kelompok penggemar remaja di Kota Surabaya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *role model* dan *expression of idolization* budaya korean pop terhadap sikap remaja di Kota Surabaya. Teori yang digunakan yaitu budaya korea pop yang terdiri dari Role Model dan Expression of Idolization. Selain itu juga menggunakan teori sikap remaja. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Dengan Teknik pengumpulan data melalui penyebaran angket/kuisisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda, dimensi budaya Korean pop yang memiliki pengaruh terbesar terhadap sikap remaja di Kota Surabaya adalah *role mode* dengan mean indikator keseluruhan yaitu 2,95. Kemudian hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh budaya Korean pop content terhadap sikap remaja di Kota Surabaya memiliki pengaruh sebesar 81%.

Kata Kunci: Budaya, Sikap, *Korean Pop*, *Korean Wave*

PENDAHULUAN

Pada masa sekarang pengaruh global dalam penyebaran budaya semakin terlihat dengan adanya berbagai faktor. Faktor pendukung seperti media sosial dan

media-media massa. Seiring berkembangnya zaman, maka teknologi juga ikut semakin berkembang dengan pesat dengan adanya arus globalisasi. Menurut pendapat (Nurhaidah & Musa, 2015) globalisasi adalah keterkaitan dan ketergantungan antar bangsa dan antar manusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer dan bentuk interaksi lainnya sehingga batas suatu negara menjadi sempit. Globalisasi telah melahirkan budaya populer yang mengakibatkan terjadinya penyerapan budaya-budaya yang diperoleh oleh kehadiran media global kemudian akan diterima secara tidak sadar oleh masyarakat dan diadopsi secara luas. Globalisasi merupakan sebuah istilah yang memiliki hubungan dengan meningkatnya keterkaitan dan ketergantungan antarbangsa dan antarmanusia di seluruh dunia.

Efek media massa tidak saja memengaruhi sikap seseorang namun pula dapat memengaruhi perilaku, bahkan pada tataran yang lebih jauh efek media massa dapat memengaruhi sistem-sistem sosial maupun sistem budaya masyarakat (Azman, 2018). Di era informasi dan globalisasi saat ini, youtube banyak digunakan oleh masyarakat sebagai media penyimpanan informasi serta hiburan yang dibutuhkan masyarakat. Media youtube seringkali menyerap budaya populer untuk kepentingan isi konten dan bentuknya. Sebagaimana berdasarkan data pada Januari 2019, platform media sosial yang paling aktif digunakan adalah youtube menjadi platform yang paling banyak digunakan *netizen* (sebutan untuk masyarakat di media online) sebanyak 88%, whatsapp merupakan aplikasi chat sebanyak 83%, disusul facebook sebanyak 81%, instagram sebanyak 80% dan Twitter 52% (Hootsuite, 2018). Oleh sebab itu, penulis memilih media youtube mengingat platform tersebut merupakan platform yang

berkembang secara progresif disbanding dengan platform lainnya.

Budaya populer sendiri merupakan efek dari globalisasi. Melalui konten-konten yang ditampilkan dan disajikan melalui youtube. Sejak beberapa tahun terakhir hampir disetiap media youtube di Indonesia menyajikan berbagai konten-konten yang bernuansa tentang budaya korea. Hal ini erat kaitannya dengan fenomena *Korean Wave* yang sedang terjadi di berbagai negara di belahan dunia saat ini. Beberapa contoh konten Youtube yang disajikan mengenai *Korean Wave* (budaya korea) diantaranya adalah mulai dari dramakorea, *fashion style* korea, dan musik populer korea (K-Pop) yang sangat digandrungi oleh remaja-remaja saat ini.

Menurut Horton & Chester (1996) dikutip (Prayogi & Danial, 2016) budaya merupakan keseluruhan dari pengetahuan, keyakinan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan semua kemampuan dan kebiasaan yang lain yang diperoleh oleh seseorang sebagai anggota masyarakat. Wujud kebudayaan ini bersifat konkret karena merupakan bendabenda dari segala hasil ciptaan, karya, tindakan, aktivitas, atau perbuatan manusia dalam masyarakat (Koentjaraningrat, 2003).

Beberapa tahun terakhir ini masyarakat Indonesia telah mengenal dan mempelajari salah satu kebudayaan baru yang timbul dan digemari di hampir seluruh penjuru dunia saat ini adalah kebudayaan populer yang berasal dari Korea Selatan, atau yang hingga saat ini dikenal dengan sebutan K-Pop (Korean Pop). K-Pop adalah kepanjangan dari Korean Pop (Musik Pop Koea), yaitu adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Kecintaan akan musik K-Pop ini merupakan bagian yang tak akan terpisahkan daripada demam korea (*Korean Wave*) di berbagai negara di dunia dan salah satunya termasuk di Indonesia.

Industri hiburan, sebagai bagian dari Hallyu sebenarnya ada tiga kelompok

besar, pencinta Drakor (drama Korea), pencinta K-Pop (musiknya) dan pencinta keduanya (drama dan musiknya) (Anwar, 2018). Fenomena *Korean Wave* ini merupakan fenomena dimana budaya dan hiburan dari Negara Korea tersebut tersebar secara global di beberapa Negara di dunia. Hallyu atau *Korean Wave* adalah istilah yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia (Shim, 2006) dikutip (Putri, D. R., & Handayani, 2019).

Dalam perkembangan Fenomena K-Pop (Korean Pop) atau gelombang *Korean Wave* di Indonesia ini menimbulkan munculnya banyak komunitas pecinta artis-artis K-Pop, terutama bagi para remaja tentunya banyak membentuk suatu komunitas agar dapat berbagi informasi ataupun pengetahuan mengenai Korean Wave. Menurut (Adi, 2019) K-Pop yang juga sudah tidak asing didengar akhir-akhir ini adalah aliran musik asal Korea Selatan. Tidak ketinggalan dengan trend dunia, K-Pop sangat di gandrungi oleh kebanyakan remaja dan anak-anak muda di Indonesia. Salah satunya yaitu remaja di Kota Surabaya.

Berkaitan dengan remaja di Kota Surabaya budaya pop Korea sangat diterima kelompok penggemar dan masih terbatas pada dimensi konkret, yaitu penerimaan terhadap musik, film, drama, dan artis-artis Korea. Sebagai sebuah budaya populer, bagian yang paling tampak dari Hallyu/*Korean Wave* maupun budaya populer lainnya ialah para penggemarnya. Terbentuknya suatu komunitas, baik hanya fanbase maupun komunitas *dance* dapat merubah sikap atau tingkah laku para pecinta K-Pop. Mulai dari hal kecil seperti mereka yang menirukan gaya kesehari-harian dari idol tersebut, gaya bicaranya, *style*-nya, gaya rambut dan lain sebagainya. Perubahan sikap ini tentunya akan terjadi pada kebanyakan komunitas yang terbentuk dari penggemar idol K-Pop.

Hal ini menciptakan adanya perspektif baru, perspektif yang diciptakan oleh penggemar dengan sudut pandang yang berbeda. Penggemar menggunakan ketertarikannya terhadap suatu teks budaya (media) tertentu untuk jaringan pertemanan atau forum diskusi dengan penggemar lain dengan ketrtarikan yang sama (Tuela & Susilo, 2017). Dari sinilah, kerajaan penggemar yang sering kita kenal sebagai *fandom (fans kingdom)* mulai terbentuk. Ratusan *fandom* dibuat secara resmi untuk idol yang didirikan oleh perusahaan manajemen dan rekaman mereka, dan pada waktu yang sama, ratusan *club* tidak resmi (*unofficial random*) dijalankan oleh penggemar yang berbeda di luar area atau Negara dari selebriti tersebut.

Fashion performance sangat berpengaruh pada setiap penampilan *girlgroup* atau *boygroup* K-Pop dengan konsep kostumnya, gaya rambut, make-up, hingga detail aksesoris yang mereka gunakan yang berbeda sesuai dengan lagu yang akanditampilkan. Kebanyakan remaja di Kota Surabaya tersebut memang sangat menyukai budaya Korea, dan banyak juga dari mereka yang rela mengubah penampilan atau merubah sikap dan perilaku mereka agar tampak dan terlihat mirip dengan artis Korea. Salah satu remaja yang peneliti pilih yaitu remaja di Kota Surabaya. Karena banyak dari mereka merupakan anggota komunitas penggemar K-Pop, mereka menyerupai sebuah idol dari sebuah grub di Korea. Adapun hal yang diikuti yaitu dari segi berpakaian, berbicara, makanan, minuman, dance dan dalam kehidupan sehari-hari. hal tersebut dipicu oleh media online yang mereka tonton melalui youtube, instagram, dan media online lainnya.

Widika (2013) dikutip oleh (Faiqah et al., 2016) melalui media massa youtube ini banyak memberikan dampak bagi kehidupan manusia baik kehidupan manusia dalam bersikap dan bertindak. Sikap manusia merupakan *predicator* yang utama

bagi perilaku (tindakan) sehari-hari. Perubahan sikap dan perilaku itu terjadi karena adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai *role model* untuk ditiru. Peniruan ini dapat dilakukan oleh semua orang mulai dari

Istilah sikap yang di dalam Bahasa Inggris disebut *attitude* pertama kali digunakan oleh Hebert Spencer (1862), yang menggunakan kata ini untuk menunjuk ke suatu status mental seseorang. Pengertian sikap secara umum adalah suatu pikiran, kecenderungan dan perasaan seseorang untuk mengenal aspek- aspek tertentu pada lingkungan sekitarnya yang bersifat permanen karena sulit diubah. Sikap terdiri atas tiga (3) komponen, yaitu komponen kognitif (keyakinan), afektif (emosional), dan konatif (berperilaku).

Komponen kognitif berisi tentang persepsi, kepercayaan, dan *stereotype* yang dimiliki oleh individu seseorang mengenai sesuatu. Komponen kognitif dari sikap ini tidak selalu akurat. Komponen afektif melibatkan perasaan atau emosi dari seseorang. Reaksi emosional kita terhadap suatu objek akan membentuk sikap positif atau negative terhadap objek yang kita lihat tersebut. Jika komponen konatif yaitu kecenderungan bertindak atau berperilaku dalam diri seseorang yang berkaitan tentang objek sikap.

Pada umumnya, remaja akan mengidentifikasi diri pada seseorang yang dianggap sebagai tokoh idolanya. Ketika remaja tersebut mengidolakan seorang tokoh, maka mereka akan mengidentifikasi dirinya pada tokoh tersebut, lalu mereka akan berusaha untuk mewujudkan dirinya seperti gambaran pada tokoh idolanya tersebut. Caranya dengan mengidentifikasi kemampuan, sifat-sifat, keahlian, dan sikap yang dilakukan oleh tokoh idolanya itu. Secara tidak disadari, maka hal tersebut akan menciptakan sebuah perubahan gaya hidup dan sikap para remaja.

Salah satu karakter yang khas di kalangan remaja adalah sikap atau perilaku identifikasi (penyeragaman dan peniruan)

anak-anak, remaja, bahkan sampai kepada orang tua sekalipun melalui berbagai hal yang terjadi dalam kehidupan di sekitar mereka tidak terkecuali dengan media yang mereka gunakan.

dalam suatu kelompok, maka untuk itu membutuhkan “patron” atau panutan untuk dijadikan contoh dalam bersikap. Terjadinya perubahan sikap atau perilaku ini dihasilkan setelah melalui banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola mereka dan kebanyakan peniru itu adalah kaum remaja yang masih mencari jati diri.

Melihat sedang maraknya pengaruh budaya dan sosial korea khususnya pada remaja di Kota Surabaya seperti *hairdo*, *make-up*, *fashion style*, *gaya performance*, hingga aksesoris yang dikenakan dan tampil dengan gerakan koreografi yang mengikuti trend kebudayaan Korea. Hal ini menjadi kegelisahan peneliti ingin mengangkat penelitian ini karea ditengah era globalisasi saat ini generasi muda sudah seharusnya mencintai dan mempopulerkan budaya yang ada di Indonesia sendiri. Melihat perkembangan beberapa tahun terakhir generasi muda banyak merasa malu dan tidak percaya diri akan budaya yang kita miliki yaitu Indonesia. Mengikuti dan mempraktikan budaya luar negeri seperti *fashion style* dan *life style* dianggap menjadi sesuatu yang keren. Dilihat dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang pengaruh budaya korean pop melalui youtube terhadap sikap remaja di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil studi literature yang dilakukan oleh peneliti belum terdapat hasil penelitian yang membahas terkait pengaruh budaya Korean pop terhadap sikap remaja di Kota Surabaya. Sehingga tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *role model* dan *expression of idolization* budaya korean pop terhadap sikap remaja di Kota Surabaya.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Mudlofar, 2016) penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mencari hukum-hukum serta pola-pola yang bersifat universal (umum) dan dapat diberlakukan dalam berbagai konteks.

Adapun menurut (Aslichati et al., 2017) tujuan penelitian deskriptif yakni untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Teknik penelitian yang digunakan yaitu *Random Sampling* dengan rumus Slovin pada penelitian ini akan menggunakan 100 responden agar dapat merepresentasikan populasi remaja di Kota Surabaya. Sumber data primer yang akan didapat oleh peneliti pada penelitian kali ini akan dilakukan menggunakan teknik pengumpulan data dengan bantuan angket yang akan disebarluaskan melalui link google form kepada responden yang memenuhi syarat karakteristik responden pada penelitian ini. Sedangkan untuk sumber data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari buku-buku, jurnal penelitian, dan sumber internet yang terpercaya sebagai pelengkap data primer.

Setelah data telah terkumpul dan lolos uji validitas dan uji realibilitas, maka selanjutnya dilakukan analisis pada data tersebut. Uji yang dilakukan yaitu uji korelasi, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu

H1 : Diduga terdapat pengaruh *role model* korean pop (Korean Wave) melalui Youtube terhadap sikap remaja di Kota Surabaya.

H2 : Terdapat pengaruh *expression of idolization* korean pop (Korean Wave) melalui Youtube terhadap sikap remaja di Kota Surabaya.

H3 : Tidak terdapat pengaruh *role model* dan *expression of idolization* korean pop (Korean

Wave) melalui Youtube terhadap sikap remaja di Kota Surabaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Surabaya adalah ibu kota propinsi Jawa Timur yang merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Dengan jumlah penduduk 2,904,751 (Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2021). Surabaya merupakan pusat perniagaan, perdagangan, industri serta pendidikan di kawasan timur pulau Jawa dan sekitarnya. Sebagai kota metropolitan, Surabaya merupakan pusat kegiatan ekonomi di Jawa Timur dan sekitarnya.

Uji Korelasi

Analisis korelasi atau uji korelasi merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel budaya (X) dan variabel sikap (Y) signifikan atau tidak (Herlina, 2019:103). Untuk menguji korelasi, peneliti akan menggunakan uji Korelasi *Pearson Product Moment* melalui Software IBM Statistic 25 for Windows dengan melihat nilai koefisien korelasi dan nilai signifikansi. Hasil dari uji Korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment

		Y
X1	Pearson Correlation	0,868
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
X2	Pearson Correlation	0,814
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100

Sumber: Lampiran Uji Korelasi Pearson Product Moment (2022).

Berdasarkan tabel 1 hasil uji korelasi tersebut dapat diketahui tingkat korelasi dari setiap variabel independen (X_1 (*role model*) dan X_2 (*expression of*

idolization), terhadap variabel dependennya (Y (sikap)) dengan penjelasan sebagai berikut :

Nilai signifikansi dari variabel *role model* terhadap variabel sikap adalah sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya memiliki korelasi atau hubungan. Diketahui pula nilai pearson correlation variabel *role model* sebesar 0,863 berada pada interval nilai 0,80 - 1,00 yang berarti tingkat korelasi tersebut kuat. Dapat disimpulkan bahwa variabel *role model* memiliki korelasi dengan tingkat kuat terhadap variabel sikap.

Nilai signifikansi dari variabel *expression of idolization* terhadap variabel sikap adalah sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya memiliki korelasi atau hubungan. Diketahui pula nilai pearson correlation variabel *expression of idolization* sebesar 0,814 berada pada interval nilai 0,80 – 1,00 yang berarti tingkat korelasi tersebut kuat. Dapat disimpulkan bahwa variabel *expression of idolization* memiliki korelasi dengan tingkat kuat terhadap variabel sikap.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan jika akan menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat (Morissan, 2017:403). Pada penelitian ini peneliti menggunakan Software IBM Statistic 25 for Windows dengan analisis regresi untuk mengolah data ke dalam bentuk regresi berganda. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	(B)	(std. error)
Constant	1,437	0,829
X ₁	0,918	0,101
X ₂	0,966	0,163

Sumber : Lampiran Hasil Regresi Linear Berganda (2022)

Berdasarkan tabel 2, nilai *Unstandardized B* dimasukkan ke dalam rumus sehingga dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = 1,437 + 0,918X_1 + 0,966X_2$$

Dari rumus tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstan dari koefisien konstanta adalah 1,437 yang menunjukkan bahwa jika variabel X₁, X₂ bernilai 0 atau tidak ada, maka Variabel Y bernilai 1,437. Nilai koefisien b_{1x1} adalah 0,918, menunjukkan bahwa jika x₁ meningkat sebesar 1 maka nilai Y bertambah sebesar 0,918 dengan asumsi variabel lainnya konstan atau tetap. Kemudian nilai koefisien b_{2x2} adalah 0,966, menunjukkan bahwa jika x₂ meningkat sebesar 1 maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,966 dengan asumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda di atas dapat diketahui bahwa variabel bebas yang memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel terikat atau Y adalah variabel X₂ dengan nilai koefisien beta sebesar 0,973. Nilai koefisien beta terbesar menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang dominan terhadap variabel terikat.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (budaya) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependennya (sikap) (Herlina, 2019:136). Dalam hal ini akan menjelaskan masing-masing variabel *Independent Role Model* (X₁) dan *Expression Of Idolization* (X₂) terhadap variabel dependen sikap (Y). Peneliti melakukan uji t dengan melakukan langkah-langah berikut yaitu

menentukan hipotesa awal, yaitu H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial pada variabel X_a terhadap Y . H_a : Terdapat pengaruh secara parsial pada variabel X_a terhadap Y . Kemudian selanjutnya menentukan t hitung, didapat dari penghitungan Software IBM Statistic 25 for Windows yang mana hasil thitung dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji t atau Uji Parsial

Variabel	t hitung	t tabel	Signifikansi
X1	9,124	1,985	0,000
X2	5,932	1,985	0,000

Sumber : Lampiran Hasil Uji t atau Uji Parsial (2022)

Menentukan nilai t_{tabel} dengan menggunakan rumus $df=n-k-1 = 100-2-1=97$ pada signifikansi 5% maka dapat diketahui t tabel = 1,985. Membandingkan thitung dengan t_{tabel} , dengan memperhatikan kriteria pegujian; Jika thitung $>$ t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima; Jika thitung $<$ t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan nilai thitung pada tabel 4.13 dengan membandingkan t_{tabel} , maka dapat dijelaskan: Nilai t_{hitung} X_1 sebesar 9,124 $>$ t_{tabel} yaitu 1,985 dan nilai signifikansi menghasilkan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti variabel X_1 (*role model*) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Y (sikap). Nilai t_{hitung} X_2 sebesar 5,932 $>$ t_{tabel} yaitu 1,985 dan nilai signifikansi menghasilkan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti variabel X_2 (*expression of idolization*) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Y (sikap).

Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen (budaya) secara simultan atau bersamaan terhadap variabel dependennya (sikap). Peneliti melakukan uji F dengan membandingkan F_{hitung} , melalui bantuan Software IBM Statistic 25 for Windows, dengan F_{tabel} dan melihat signifikansi. Dengan mengetahui $df_1=5$ dan $df_2=100-2=97$ maka dapat diketahui $F_{tabel} = 3,09$. Apabila hasil $F_{hitung} >$ F_{tabel} maka H_a diterima, tetapi bila $F_{hitung} <$ F_{tabel} maka H_a ditolak. Pada nilai signifikansi jika menunjukkan nilai $<$ 0,05 maka variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat dan begitu pula sebaliknya. Hasil dari uji t pada Software IBM Statistic 25 for Windows dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji F Atau Uji Simultan

Nilai F Hitung	Nilai F Tabel	Signifikansi
219,192	3,09	0,000

Sumber : Lampiran Uji F

Dari hasil uji simultan F pada tabel 4 didapati bahwa nilai F_{hitung} 219,192 $>$ nilai F_{tabel} 3,09 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang mana variabel-variabel independen dari budaya secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap sikap.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel X (budaya) terhadap variabel Y (sikap). Untuk menentukan nilai koefisien determinasi, peneliti menggunakan alat bantu Software IBM Statistic 25 for Windows dengan melihat pada *Model Summary* agar dapat menentukan nilai dengan tepat. Hasil koefisien determinasi berdasarkan hasil

analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

R	R ²
0,905	0,815

Sumber : Lampiran Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 5 hasil R² tersebut maka perlu untuk mengetahui besaran persentasenya dengan rumus:

$$\begin{aligned} R^2\% &= R^2 \times 100\% \\ &= 0.815 \times 100\% \\ &= 81\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut maka pengaruh variabel x terhadap y adalah sebesar 81%, sedangkan 19% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Role Model* (X1) Korean Pop (Korean Wave) Melalui Youtube Terhadap Sikap Remaja Di Kota Surabaya

(Masturah, 2020) menjelaskan *Role Model* (Panutan) merupakan sesuatu/seseorang/ tokoh yang dijadikan panutan, yang lalu di ikuti dan di contoh. Adanya budaya Korea juga menyebabkan pergeseran perilaku. Para penggemar biasanya menyukai hal-hal yang berhubungan dengan objek kesukaanya, hingga rela menghabiskan waktu dan energi ketika terlibat dalam suatu *fandom*. Penggemar ini tidak hanya menjadi konsumen dari apa yang menarik minat mereka, tetapi juga menjadi produsen dari produk yang masih berkaitan dengan minat tersebut (Ramadhani, 2019).

Pada variabel budaya melihat dan mengukur apakah remaja Kota Surabaya menjadikan *role model* idonya setelah mengetahui budaya Korean pop. Variabel *role model* (X₁) memiliki 4 indikator yang digunakan untuk mengukur indikator

tersebut. Keempat indikator tersebut, yaitu “Mengikuti gaya hidup Korea Selatan sebagai sebuah keinginan”, “mengikuti K-Pop (Korean Pop)”, “mengikuti K-Drama (Korean Drama)” dan “mengikuti K-Fashion (*Korean Fashion*)?”. Keempat indikator tersebut memiliki mean yaitu 2,74 , 3,21 , 2,88 , 2,99 ,yang berarti cukup. Pada penghitungan rata-rata nilai, variabel X1 memiliki nilai rata-rata sebesar 2,95 yang mana juga termasuk pada kategori cukup.

Hal tersebut menunjukkan bahwa responden cukup setuju bahwa *role model* akibat dari budaya Korean pop mudah diserap dan dipahami oleh masyarakat di Indonesia seperti melalui Youtube dimana akses yang tanpa batas dapat digunakan dimanapun dan kapanpun. Variabel X1 atau *role model* memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap remaja di Kota Surabaya. K-pop perlahan tapi pasti mulai menjadi budaya internasional. Masyarakat dunia mulai mengenal K-pop diawali dengan munculnya drama Korea yang mulai populer pada tahun 2000 melalui *Endless Love* yang diperankan oleh Song HyeGyo, Song Seung Hoon, dan Won Bin. Seiring berkembangnya waktu K-pop semakin berkembang dan popularitasnya tak terbendung lagi dikancah dunia setelah, video *Gangnam Style* dari rapper Korea PSY menjadi video youtube paling populer. Lebih dari 131 juta kali video ini dilihat di youtube. Bahkan pada 20 September 2012 lalu, video ini juga masuk rekor dunia di *Guinness Book of Record*. *Gangnam Style* menjadi lagu K-Pop pertama sepanjang sejarah yang berhasil meraih viewers MV di atas 150 juta kali di Youtube (Melinda, 2018).

Pengaruh *Expression Of Idolization (X₂) Korean Pop (Korean Wave) Melalui Youtube Terhadap Sikap Remaja Di Kota Surabaya*

(Masturah, 2020) menjelaskan *expression of idolization* (ekspresi dari pemujaan) ekspresi atau bisa disebut perilaku seseorang yang sangat memuja idol-nya. Terbagi atas 2 (dua) sub yaitu Pertama adalah *imitation* (peniruan), seseorang meniru segala hal yang dijadikan inspirasinya. Kedua, *knowledge and consumerism* (pengetahuan dan pola konsumsi), perilaku seseorang yang mencari tahu tentang sesuatu yang menurut mereka sedang tren dan hal-hal yang patut dikonsumsi. Pada variabel *expression of idolization (X₂)* menggunakan 2 indikator untuk mengukur variabel tersebut. Kedua indikator tersebut adalah “Membuat kreasi sendiri hiasan yang berhubungan dengan Korean Wave”, dan “Up to date dengan dunia Korean Wave”.

Kedua indikator tersebut memiliki skor cukup dimana mean indikator nya yaitu 2,35 dan 3,03. Pada penghitungan rata-rata responden, variabel *X₂* memiliki nilai rata-rata sebesar 2,95 yang mana juga termasuk pada kategori cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden cukup setuju bahwa *expression of idolization* memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap remaja di Kota Surabaya.

Pada variabel *expression of idolization* memiliki pengaruh yang positif terhadap budaya Korean pop di Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan nilai-nilai yang ada pada budaya Korean pop cukup menarik dan menimbulkan ekspresi pemujaan terhadap idola yang diidamkan. Keberhasilan penyebaran budaya ini terlihat pada fenomena masyarakat terkhusus khalayak muda yang banyak meniru dan mengikuti budaya yang ditawarkan (Camang, 2021). Dari kegemarannya dengan K-Pop menimbulkan

perilaku imitasi bagi kebanyakan remaja. Dilihat dari segi positif, imitasi dapat mendorong individu atau kelompok untuk berperilaku.

Perilaku imitasi ini seperti belajar bahasa Korea Selatan, menirukan gaya bicara, mencoba masakan Korea, mengikuti atau mengadakan kegiatan-kegiatan dengan tema Korea, mengikuti fashion artis Korea mulai dari gaya berpakaian hingga warna rambut, dan membeli barang-barang secara online seperti CD musik Korea maupun aksesoris yang berhubungan dengan Korea (Hermayani, 2021).

Pengaruh *Role Model Dan Expression Of Idolization Korean Pop (Korean Wave) Melalui Youtube Terhadap Sikap Remaja Di Kota Surabaya*

Berdasarkan hasil pengelolaan data yang dilakukan oleh peneliti. Maka dapat diketahui bahwa pengaruh budaya (*role model dan expression of idolization*) korean pop (K-Pop) Terhadap Sikap Remaja Melalui Youtube Di Kota Surabaya ditunjukkan pada hasil uji F secara simultan. Hasil uji F menunjukkan F hitung 219,192 lebih besar daripada F tabel 3,09 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000, sehingga dapat dikatakan variabel-variabel di dalam budaya Korean pop secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap sikap remaja di Kota Surabaya.

Berdasarkan uji Koefisien Determinasi, variabel budaya dapat mempengaruhi variabel sikap dengan tingkat sedang, yaitu sebesar 81%. Hal tersebut mendukung penelitian oleh (Sinaga, 2021) menemukan Praktik mahasiswa K-Popers FISIP USU yang menjadikan hal tersebut sebagai bagian dari gaya hidup mereka lebih dominan mengarah kepada praktik sosial dalam dunia fashion, dimana praktik sosial mereka didalam berpenampilan di dasari atas eksistensi diri mereka dalam kepemilikan barang di dunia fashion, meniru gaya

rambut, mengisi waktu dengan menonton tayangan K-Pop dan mendengar lagu K-Pop yang seakan sudah menjadi prioritas gaya hidup mereka yang pada akhirnya menjadikan hal tersebut sebagai ciri khas atau identitas diri mereka.

Dengan adanya akses internet yang mudah menyebabkan pertukaran budaya semakin marak terjadi. Pengaruh yang didapatkan yaitu terdapat dampak. Salah satunya yaitu sikap yang terjadi pada diri remaja. Positif dan negative. Dengan maraknya budaya Korean pop diseluruh dunia khususnya di Indonesia yaitu menandakan keberhasilan korea dalam melakukan penjajahan budaya. Hal ini dapat dilihat pada penjualan karya-karya grub band korea (Camang, 2021). Targetnya sendiri yang menyerap dan melakukan pemujaan terhadap Korean pop yaitu remaja. Motif yang tumbuh dalam diri remaja saat mereka mendengarkan lagu korea adalah karena rekomendasi teman, efek drama korea, lagu yang mudah didengarkan dan rasa ingin tahu yang tinggi (Pertamasari et al., 2021).

Masuknya Korean pop ke Indonesia tentu saha menjadi topik yang tidak pernah berhenti untuk tidak di bicarakan hingga akhirnya menjadi viral dan menjadi fenomena yang tidak dapat di bantahkan lagi yang menyebabkan perkembangan seorang remaja dapat di pengaruhi oleh budaya sehingga mampu merubah perilaku remaja. Salah satu karakter yang dimiliki oleh seorang remaja adalah perilaku peniruan (Cindoswari & Dina, 2019).

Karena kepopuleran budaya Korea di Indonesia, akhirnya mampu menimbulkan dampak bagi penggemarnya, dan akibat dari adanya peranan sebuah media yang mampu menghasilkan suatu budaya massa yang populer, dan menyebabkan terpengaruhnya pemikiran masyarakat, khususnya remaja di Kota Surabaya. Adanya ketertarikan dalam music k-pop penggemar mampu membangun emosi yang kuat terhadap

interaksi dengan para idolanya dan melihat realitas kehidupan para idola dengan memaknai sikap dan perilaku idola sebagai tolak ukur bagi para penggemar dan seiring berjalannya waktu akan berkembang menjadi konsep diri dalam dunia nyata (Kartika & Darminto, 2020).

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh budaya Korean pop terhadap sikap remaja di Kota Surabaya melalui media social terjadi di Kota Surabaya khususnya melalui youtube. Hal tersebut juga terjadi di Kota-kota lain di seluruh Indonesia. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Febrianti, 2021) menyatakan budaya populer Korea berpengaruh sangat besar terhadap Perubahan Perilaku remaja di Kota Palembang budaya pop Korea datang sebagai bagian dari globalisasi akan menjadi ancaman bagi budaya lokal yang merupakan identitas budaya Nasional. Budaya terbentuk karena kebiasaan.

Hal ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Primastuti, 2013) di Kota Semarang perilaku para fans club K-pop yang merasa bangga ditunjukkan dengan menggunakan atribut berbau Korea, pakaian import dari Korea, memakan makanan Korea, dan berbahasa Korea yang ditakutkan akan membentuk budaya baru pada para fans club. Perilaku-perilaku tersebut dengan bangga dipamerkan kepada teman-teman mereka, sehingga teman mereka yang semula tidak tahu akan menjadi tahu. Selain itu para fans club Di Kota Semarang, demi rasa kecintaannya pada K-pop para fans club rela menyisihkan uang saku mereka atau meminta uang pada orang tua mereka demi untuk membeli kaos, atribut K-pop yang digunakan sebagai simbol identitas kelompok penggemar suatu boyband ataupun girlband K-pop. Banyak dari mereka yang lebih hafal lagu Korea daripada lagu daerah mereka. Mereka sering mengkonsumsi reality show yang menampilkan para artis K-pop, di *reality show* tersebut banyak

mempertontonkan gaya hidup dari idola mereka. Hal ini tentu saja perlu diwaspadai akan maraknya budaya Korean pop yang berkembang di Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pengujian dapat diketahui bahwa variabel budaya yang terdiri dari *role model* dan *expression of idolization* memiliki pengaruh terhadap sikap remaja di Kota Surabaya melalui youtube. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, dimensi budaya Korean pop yang memiliki pengaruh terbesar terhadap sikap remaja di Kota Surabaya adalah *role mode* dengan mean indikator keseluruhan yaitu 2,95. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh budaya Korean pop content terhadap sikap remaja di Kota Surabaya memiliki pengaruh sebesar 81%. Dimana dengan menyebarkan budaya Korean pop dikarenakan keterbukaan akses informasi di internet secara luas. Khususnya melalui platform youtube, remaja dapat mengakses kapanpun dan dimanapun. Hal ini juga berimplikasi terhadap perubahan sikap khususnya remaja di Kota Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G. K. H. (2019). KOREAN WAVE (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang). In *Universitas Diponegoro*.
- Anwar, Dr. C. R. (2018). Mahasiswa dan K-POP. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1). <https://doi.org/10.33005/jkom.v1i1.12>
- Aslichati, L., Prasetyo, B., & Irawan, P. (2017). *Metode Penelitian Sosial* (1st ed.). Universitas Terbuka.
- Azman. (2018). Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi. *Jurnal Peurawi*, 1(1), 3.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2021). *Proyeksi Penduduk Kota*

Surabaya (Jiwa) Tahun 2018-2020. Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.

<https://surabayakota.bps.go.id/indikator/12/197/1/proyeksi-penduduk-kota-surabaya.html>

- Camang, R. (2021). *Kontrol Diri Penggemar K-Pop Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah IAIN Pare-Pare*. Institut Agama Islam Negeri Pare-Pare.
- Cindoswari, A. R., & Dina, D. (2019). Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Komunitas KPopers Batam. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 53(2), 275–285. <https://doi.org/10.10358/jk.v5i2.666>
- Faiqah, F., Nadjib, Muh., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 1. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Febrianti, D. (2021). *Pengaruh Budaya Populer Korea Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Di Kota Palembang*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Hermayani, N. (2021). *Dampak Budaya Korean Pop Terhadap Gaya Hidup Siswa Smk Negeri 2 Muaro Jambi Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Hootsuite, W. are S. (2018). Figures Represent The Findings of a Broad Survey of Internet Users Aged 16-64. *Globalwebindex (Q2 & Q3 2018)*.
- Kartika, T., & Darminto, E. (2020). *Konsep Diri Remaja Ditinjau Dari*

- Kegemarannya Terhadap Musik Pop Korea (Korean Pop)*. Universitas Negri Surabaya.
- Koentjaraningrat. (2003). *Pengantar Ilmu Atropologi*. Rineka Cipta.
- Masturah, W. (2020). *Pengaruh Budaya Korean Wave dan Perilaku Fan Enterpreneurship Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU)*. Universitas Sumatera Utara.
- Melinda, M. (2018). Analisis Fenomenologi Budaya K-Pop Dikalangan Mahasiswa Undiknas Denpasar. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 2(1), 124–148.
- Mudlofar. (2016). *Methodological Understanding Research Methods Toward Application* (1st ed.). Lentera Cendikia.
- Nurhaidah, & Musa, M. I. (2015). DAMPAK PENGARUH GLOBALISASI BAGI KEHIDUPAN BANGSA INDONESIA Nurhaidah,. *Jurnal Pesona Dasar*, 3(3), 1–14. <https://doi.org/10.24815/pear.v7i2.14753>
- Pertamasari, D. W., Supratman, L. P., & Telkom, U. (2021). PROSES KOMUNIKASI INTRAPERSONAL REMAJA DALAM MENDENGARKAN LAGU KOREA THE PROCESS OF YOUTH INTRAPERSONAL COMMUNICATION IN LISTENING Abstrak. *E-Proeeding of Management*, 8(5), 7306–7313.
- Prayogi, R., & Danial, E. (2016). Pergeseran Nilai-Nilai Budaya Pada Suku Bonai Sebagai Civic Culture Di Kecamatan Bonai Darussalam Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. *Humanika*, 23(1). <https://doi.org/10.14710/humanika.v23i1.11764>
- Primastuti, D. (2013). *Hubungan Antara Sikap Korean Pop Life Syle Dan Penghargaan Budaya Lokal pada Pelajar Di Kota Semarang* [Universitas Negeri Semarang]. <https://doi.org/10.1190/segam2013-0137.1>
- Putri, D. R., & Handayani, W. (2019). Zero Defect Pada Produksi Kantong Kraft Melalui Metode Poka Yoke Di Pt. Industri Kemasan Semen Gresik. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(1), 44–58.
- Ramadhani, R. A. (2019). *Perilaku konsumsi dan produksi budaya penggemar pada komunitas army BTS jogja*. Universitas Islam Indonesia.
- Sinaga, R. (2021). *Gaya Hidup Mahasiswa K-Popers (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa K-Popes FISIP USU)*. Universitas Sumatera Utara.
- Tuela, M., & Susilo, D. (2017). Hyperreality: Pemaknaan dalam Penggunaan Game Pokemon Go. *Jurnal Kajian Media*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.25139/jkm.v1i1.155>