

**PENGARUH KONTEN VIDEO *DANCE K-POP* DI YOUTUBE  
TERHADAP KOMUNITAS *COVER DANCE* DI BANDAR LAMPUNG  
UNTUK MELAKUKAN *COVER DANCE K-POP***

**(Skripsi)**

**Oleh**

**YELLY AGESTI**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2018**

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KONTEN VIDEO *DANCE* K-POP DI YOUTUBE TERHADAP KOMUNITAS *COVER DANCE* DI BANDAR LAMPUNG UNTUK MELAKUKAN *COVER DANCE* K-POP**

**Oleh**

**Yelly Agesti**

Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari di era modern saat ini. Media sosial muncul dikarenakan perkembangan teknologi modern. Salah satu bentuk media sosial yang menawarkan informasi berupa video yakni YouTube. YouTube merupakan sebuah situs *web* berbagi video dimana para pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis. Konten merupakan sebuah informasi yang disediakan oleh YouTube. Salah satu konten video yang terdapat di YouTube yakni konten mengenai video *dance* K-Pop. K-Pop merupakan salah satu produk *Korean wave* yang sangat digemari saat ini. *Korean wave* tersebut mendorong minat penggemar musik K-Pop untuk melakukan aktivitas *cover dance* akibat dari menonton video *dance* K-Pop di YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode *survey*. Sampel dalam penelitian ini adalah 66 anggota komunitas *cover dance* di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan teori AIDDA. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dari konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop, namun berdasarkan perhitungan hasil korelasi pengaruh tersebut masuk dalam kategori rendah.

Kata kunci : AIDDA, YouTube, K-Pop, *Cover Dance*

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF K-POP DANCE VIDEO CONTENT ON YOUTUBE TO THE COVER DANCE COMMUNITY IN BANDAR LAMPUNG TO DO COVER DANCE K-POP**

**By**

**Yelly Agesti**

*Technology advance has something that can not be avoided nowadays. Social media appears because of the development of modern technology. One of the social media types that offers video information is YouTube. YouTube is a video sharing website where users can upload, watch, and share videos for free. Content is an information which is provided by YouTube. One of the contents that are occurred in YouTube are contents about K-Pop dance video. K-Pop is one of the korean wave products that are really popular nowadays. Korean wave is motivating K-Pop music fans to do cover dance activities due to watching K-Pop dance videos on YouTube. The aim of this research is to know about the influence of K-Pop dance video content on YouTube due to the cover dance community in Bandar Lampung to do cover dance K-Pop. The type of this research is quantitative research with survey method. The sample of this research is 66 members of cover dance community in Bandar Lampung. This research used AIDDA theory. The result of this research shows that the influence of K-Pop dance video content on YouTube to the cover dance community in Bandar Lampung to do cover dance K-Pop, but based on calculation of correlation value the influence is low.*

*Keywords : AIDDA, YouTube, K-Pop, cover dance*

**PENGARUH KONTEN VIDEO *DANCE K-POP* DI YOUTUBE  
TERHADAP KOMUNITAS *COVER DANCE* DI BANDAR LAMPUNG  
UNTUK MELAKUKAN *COVER DANCE K-POP***

Oleh

**YELLY AGESTI**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2018**

**Judul Skripsi**

**: PENGARUH KONTEN VIDEO DANCE K-POP DI  
YOUTUBE TERHADAP KOMUNITAS COVER DANCE  
DI BANDAR LAMPUNG UNTUK MELAKUKAN COVER  
DANCE K-POP**

**Nama Mahasiswa**

**: Yelly Agesti**

**Nomor Pokok Mahasiswa**

**: 1346031027**

**Jurusan**

**: Ilmu Komunikasi**

**Fakultas**

**: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**MENYETUJUI**

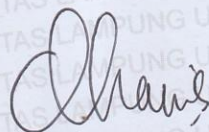
**1. Komisi Pembimbing**



**Toni Wijaya, S.Sos., MA**

**NIP. 19781030 200212 1 001**

**2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mcomm&MediaSt.**

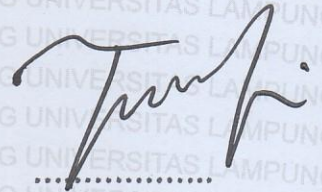
**NIP 19760422 200012 2 001**



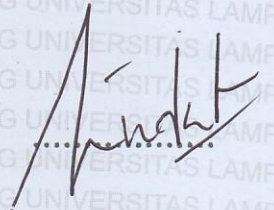
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Toni Wijaya, S.Sos.,MA**



**Penguji Utama : Andi Windah, S.I.Kom.,Mcom&MediaSt**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dr. Syarif Makhya**  
**NIP. 19590803 198603 1 003**



**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2018**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yelly Agesti  
NPM : 1346031027  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat Rumah : Jln Nunyai Gang Moh.Ilyas 1 No 24 Rajabasa Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Konten Video Dance K-Pop di YouTube Terhadap Komunitas Cover Dance di Bandar Lampung untuk Melakukan Cover Dance K-Pop** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggungjawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 8 Februari 2018

Yang membuat pernyataan,



**Yelly Agesti**  
NPM. 1346031027

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Yelly Agesti. Lahir di Wiratama Tulang Bawang pada tanggal 30 Agustus 1995. Penulis lahir sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Alfian Efendi dan Ibu Sofiati. Penulis memulai pendidikan di Taman Kanak-Kanak Dharma Wanita Kabupaten Tulang Bawang yang diselesaikan pada tahun 2001. Selanjutnya penulis meneruskan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 1 Brabasan Mesuji, yang diselesaikan pada tahun 2007. Kemudian, penulis melanjutkan jenjang pendidikan di SMPN 1 Simpang Pematang hanya sampai kelas 1 pada tahun 2008, dan kemudian pindah ke SMPN 5 Tapung Hilir Riau, yang diselesaikan pada tahun 2010. Pada tahun yang sama penulis meneruskan pendidikan di SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2013.

Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai anggota HMJ Ilmu Komunikasi sebagai anggota bidang Photography. Pada 2016, penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Rantau Tijang, Kecamatan Pugung, Kabupaten Tanggamus. Dan ditahun yang sama, penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Cakrawala Andalas Televisi (ANTV).



## *MOTTO*

**“luck is a dividend of sweat.  
The more you sweat, the luckier you get”**

(Yelly Agesti)

**“One Language sets you in a corridor of life.  
Two languages open every door along the way.”**

(Frank Smith)

**“A positive attitude can really make dreams come true”**

(David Bailey)

## **PERSEMBAHAN**

Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memudahkan jalan untuk saya. Skripsi ini, saya persembahkan sebagai rasa syukur atas ridho-Nya serta karunia-Nya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Kupersembahkan Karya Ilmiah ini Teruntuk ;

“Ayahanda Alfian Effendi dan Ibunda Sofiati, terima kasih atas segala iringan doa yang selalu disertai untukku, kesabaran, kasih sayang, motivasi, bimbingan, dan cinta yang begitu mendalam sehingga sungguh-sungguh memperjuangkan keberhasilanku.”

“Saudariku Desi Ratna Sari dan untuk orang terkasih Lee Suk Ju, terima kasih atas segala doa, motivasi, semangat dan dukungan yang selalu kalian berikan kepadaku.”

“Sahabat-sahabat terbaikku, Dwi Aviani, Dina Sekty Pratiwi, Ula Oktafianti, Aulia Putri Yuliansari, Urfina Frizka, Patrecia, terima kasih atas segala dukungan, saran, motivasi, doa, serta keceriaan yang kalian berikan kepadaku.”

“Teman seperjuanganku Enny, Ndah, Shinta April, Shinta Elly, Gyna, Ulfah, Ambar, Oci, Adis, Tommy, Agus, Yunita, Syaroh, Bella, Memey, Ical, Dian, dll. Terima kasih atas segala dukungan, semangat, canda tawa yang telah kalian berikan kepadaku serta selalu menemani disaat susah ataupun senang.”

Juga kepada almamater tercinta, Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Lampung.

Terima Kasih.

## SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Konten Video *Dance K-Pop* di YouTube Terhadap Komunitas *Cover Dance* di Bandar Lampung untuk Melakukan *Cover Dance K-Pop*”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penyelesaian skripsi ini tidak semata hanya berbekal pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi dan semangat dari berbagai pihak, tidak mungkin skripsi ini bisa terselesaikan. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengungkapkan rasa syukur, hormat, dan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya hingga akhirnya Skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.
2. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan doa, dukungan dalam segala aspek di dalam kehidupan, agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan menjadi orang yang sukses dan berguna.
3. Kakakku yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

4. Thank you to my beloved Lee Suk Ju who always support me until now and give me a lot of motivation to finish my research.
5. Bapak Dr. Syarief Makhya, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Ibu Dhanik S, S.Sos, MComm&MediaSt selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, untuk segala kesabaran, keramahan serta membantu mahasiswa selama ini.
7. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si Selaku Seketaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, untuk segala kesabaran, keramahan serta membantu mahasiswa selama ini.
8. Bapak Toni Wijaya S.Sos., MA. Sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang memberikan banyak pengetahuan dan wawasan tidak hanya mengenai skripsi tetapi juga dorongan semangat. Terima kasih atas waktu, motivasi, saran serta kesabarannya dalam proses penulisan skripsi ini.
9. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., MComn&MediaSt. selaku Dosen Pembahas Skripsi terima kasih telah memberikan koreksi, memberikan saran dan kritik dalam penulisan skripsi ini.
10. Bapak Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis atas kesediannya membantu, mengarahkan dan memberi masukan selama penulis menempuh pendidikan S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
11. Seluruh dosen, staff, administrasi dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.



12. Teman-teman seperjuanganku dari semester pertama sampai sekarang Enny, Ndah, Shinta April, Shinta Elly, Gyna, Ulfah, Ambar, Oci, Tommy, Yunita, Syaroh, Bella, Memey, Ical, Dian, terimakasih selalu membantu, menemani dan memberikan semangat serta nasihat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Mari kita berjuang bersama-sama sampai akhir.
13. Sahabat tersayang Dina, Vivi, Urfina, Py, Patres, Ula, terimakasih selalu memberikan semangat, dukungan, canda tawa kepada penulis selama ini. Mari kita berjuang bersama-sama sampai akhir.
14. Komunitas cover dance di Bandar Lampung, Frhythm, DMC Project, Poseidon, Girls Invasion, Eclipse Kingdom, SGKC, serta Adorable Project, terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
15. Teman-Teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2013 yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu, terima kasih atas semangat dan bantuan yang telah kalian berikan kepada penulis.
16. Kakak Tingkat Ilmu Komunikasi Mba Dindy, Mba Hana, Mba Arum, Mba Widya, Kak Dendy dan lain-lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu, terima kasih atas bantuan yang telah kalian berikan kepada penulis.
17. Teman-Teman KKN, Della, Amel, Sarah, kak Yudha, Marli, dan Tri. terimakasih atas segala semangat dan bantuan yang kalian berikan kepada penulis saat menjalani kuliah kerja nyata.
18. Almamater Tercinta.

19. Serta untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya.

Bandar Lampung, Februari 2018  
Penulis,

Yelly Agesti

## DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR .....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR BAGAN.....	vii
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	13
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	14
1.4.2. Manfaat Praktis .....	14
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
2.2. Kajian Konsep.....	19
2.2.1. YouTube yang Menjadi Kegemaran Dikalangan Anak Muda .....	19
2.2.2. Kepopuleran Konten Video K-Pop di YouTube .....	25
2.2.3. Geliat <i>Korean Music Popular</i> (K-Pop) di Indonesia.....	27
2.2.4. <i>Cover Dance</i> Sebagai Bentuk Kreatifitas .....	30
2.2.5. K-Pop yang Membangkitkan Minat Remaja.....	34
2.3. Kajian Teori .....	37
2.3.1. Teori AIDDA .....	37
2.3.2. Hubungan Teori AIDDA .....	39
2.4. Kerangka Pikir.....	40
2.5. Hipotesis.....	43
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Tipe Penelitian .....	44
3.2. Metode Penelitian.....	44
3.3. Variabel Penelitian .....	44
3.4. Definisi Konsep.....	45
3.5. Definisi Operasional.....	46
3.6. Populasi dan Sampel .....	50
3.6.1. Populasi .....	50
3.6.2. Sampel.....	51

3.6.3. Teknik Penarikan Sampel.....	52
3.7. Sumber Data.....	53
3.8. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.9. Teknik Pengolahan Data.....	54
3.10. Skala Data dan Penentuan Skor.....	54
3.11. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
3.12. Teknik Analisis Data.....	57
3.13. Pengujian Hipotesis.....	58
<b>IV. GAMBARAN UMUM PENELITIAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Komunitas <i>Cover Dance</i> di Bandar Lampung .....	60
4.1.1 Komunitas Adorable Academy.....	60
4.1.2 Komunitas DMC Project.....	61
4.1.3 Komunitas Eclipse Kingdom.....	64
4.1.4 Komunitas FRHYTHM.....	66
4.1.5 Komunitas Girls Invasion.....	68
4.1.6 Komunitas Poseidon.....	70
4.1.7 Komunitas SGKC.....	72
4.2 Gambaran Umum Konten Video Dance K-Pop di YouTube .....	74
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
5.1.1 Uji Validitas.....	77
5.1.1.1 Uji Validitas Variabel X.....	78
5.1.1.2 Uji Validitas Variabel Y.....	79
5.1.2 Uji Reliabilitas.....	80
5.2 Karakteristik Responden.....	81
5.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Komunitas.....	82
5.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
5.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
5.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	86
5.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	91
5.4.1 Variabel <i>Independent</i> (X).....	92
5.4.2 Variabel <i>Dependent</i> (Y).....	115
5.5 Analisis Data.....	138
5.5.1 Koefisien Determinasi.....	138
5.5.2 Koefisien Regresi.....	139
5.6 Hipotesis.....	140
5.6.1 Uji F.....	140
5.7 Pembahasan.....	143
5.7.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	143
5.7.2 Pembahasan Berdasarkan Teori AIDDA.....	151
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan.....	159
6.2 Saran.....	160



**DAFTAR PUSTAKA ..... 161**  
**LAMPIRAN..... 165**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. <i>Top 100 Youtuber Channels By Most Subscribers</i> .....	3
2. <i>Top 100 Youtuber Channels By Most Viewed</i> .....	4
3. <i>Top 500 Youtubers Music Channel Sort By Most Subcribed</i> .....	5
4. <i>Top 500 Youtubers Music Channel Sort By Most Viewed</i> .....	6
5. <i>Most Viewed Videos of All Time</i> .....	8
6. Laman video PSY – Gangnam Style.....	8
7. Channel YouTube Komunitas Cover Dance di Bandar Lampung.....	11
8. Piala Penghargaan dan Komunitas Cover Dance Bandar Lampung....	12
9. <i>Top Site in Indonesia</i> .....	22
10. Adorable Academy.....	61
11. Logo DMC Project.....	62
12. <i>Channel</i> YouTube DMC Project.....	62
13. Piala Penghargaan yang Diperoleh DMC Project .....	63
14. Eclipse Kingdom.....	64
15. Logo Eclipse KingDom.....	65
16. <i>Channel</i> YouTube Eclipse Kingdom .....	65
17. Logo FRHYTHM.....	66
18. FRHYTHM .....	67
19. <i>Channel</i> YouTube FRHYTHM.....	67
20. Logo Girls Invasion.....	68
21. Girls Invasion .....	69
22. <i>Channel</i> YouTube Girls Invasion .....	69
23. Logo Poseidon.....	70
24. Poseidon .....	71
25. <i>Channel</i> Poseidon.....	72
26. Logo SGKC.....	72
27. SGKC .....	73
28. Logo YouTube .....	75
29. Konten-Konten <i>Dance</i> K-Pop di YouTube.....	76

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu .....	18
2. Definisi Operasional.....	46
3. Populasi Penelitian .....	50
4. Tabel Proposional.....	52
5. Uji Validitas Variabel X.....	78
6. Uji Validitas Variabel Y.....	79
7. Alpha Variabel X .....	80
8. Daftar Interpretasi Koefisien r .....	81
9. Alpha Variabel Y .....	81
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Komunitas.....	82
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	85
13. Kategori Data Persentase Nilai Setiap Variabel.....	88
14. Penelitian Pertanyaan Pada Variabel X.....	88
15. Penelitian Pertanyaan Pada Variabel Y.....	90
16. Pernyataan <i>Genre</i> Musik K-Pop .....	93
17. Pernyataan <i>Genre</i> Musik K-Pop .....	93
18. Pernyataan <i>Genre</i> Musik K-Pop .....	94
19. Pernyataan Lagu K-Pop .....	95
20. Pernyataan Lagu K-Pop .....	96
21. Pernyataan Lagu K-Pop .....	97
22. Pernyataan Koreografi <i>Dance</i> .....	98
23. Pernyataan Koreografi <i>Dance</i> .....	98
24. Pernyataan Koreografi <i>Dance</i> .....	99
25. Pernyataan Koreografi <i>Dance</i> .....	100
26. Pernyataan Konsep Video .....	101
27. Pernyataan Konsep Video .....	101
28. Pernyataan Konsep Video .....	102
29. Pernyataan Konsep Video .....	103
30. Pernyataan Idola.....	104
31. Pernyataan Idola.....	105
32. Pernyataan Idola.....	106
33. Pernyataan Penampilan .....	107
34. Pernyataan Penampilan .....	108
35. Pernyataan Penampilan .....	109
36. Pernyataan Penampilan .....	109

37. Pernyataan Ekspresi Wajah.....	110
38. Pernyataan Ekspresi Wajah.....	111
39. Tabel Silang Jawaban Responden Variabel Idola Pertanyaan 16.....	112
40. Pernyataan Perhatian ( <i>Attention</i> ).....	115
41. Pernyataan Perhatian ( <i>Attention</i> ).....	116
42. Pernyataan Perhatian ( <i>Attention</i> ).....	117
43. Pernyataan Perhatian ( <i>Attention</i> ).....	118
44. Pernyataan Perhatian ( <i>Attention</i> ).....	119
45. Pernyataan Ketertarikan ( <i>Interest</i> ).....	120
46. Pernyataan Ketertarikan ( <i>Interest</i> ).....	121
47. Pernyataan Ketertarikan ( <i>Interest</i> ).....	121
48. Pernyataan Ketertarikan ( <i>Interest</i> ).....	122
49. Pernyataan Ketertarikan ( <i>Interest</i> ).....	123
50. Pernyataan Ketertarikan ( <i>Interest</i> ).....	124
51. Pernyataan Ketertarikan ( <i>Interest</i> ).....	124
52. Pernyataan Keinginan ( <i>Desire</i> ).....	125
53. Pernyataan Keinginan ( <i>Desire</i> ).....	126
54. Pernyataan Keinginan ( <i>Desire</i> ).....	127
55. Pernyataan Keinginan ( <i>Desire</i> ).....	128
56. Pernyataan Keputusan ( <i>Decision</i> ).....	129
57. Keputusan ( <i>Decision</i> ).....	130
58. Pernyataan Tindakan ( <i>Action</i> ).....	131
59. Pernyataan Tindakan ( <i>Action</i> ).....	132
60. Pernyataan Tindakan ( <i>Action</i> ).....	132
61. Pernyataan Tindakan ( <i>Action</i> ).....	133
62. Pernyataan Tindakan ( <i>Action</i> ).....	134
63. Tabel Silang Jawaban Responden Variabel <i>Attention</i> pertanyaan 24..	135
64. Koefisien Determinasi (R Square).....	138
65. Hasil Koefisien Regresi.....	139
66. Hasil Uji F.....	140



## DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
1. Bagan Model Teori AIDDA.....	38
2. Bagan Kerangka Pikir .....	42

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dari tahun ke tahun merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari. Bahkan di zaman modern seperti sekarang ini perkembangan teknologi sangat berpengaruh terhadap kehidupan. Munculnya media sosial timbul karena teknologi yang begitu canggih. Media sosial adalah media *online* yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual yang sangat berguna dan bermanfaat pada era modern seperti saat ini. Melalui media sosial, kita dapat mencari informasi yang sangat bermanfaat dan menarik minat kita untuk mengetahui lebih dalam tentang suatu hal. Media sosial itu menawarkan multimedia, yaitu hasil karya seseorang yang berupa gambar, video maupun desain yang disebarluaskan ke pengguna lainnya dan salah satu contohnya adalah YouTube.

YouTube adalah salah satu penyedia layanan video terbesar saat ini dan memiliki fitur *upload* secara gratis. Para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. YouTube juga sangat cocok bagi kita yang ingin mencari informasi tanpa harus membaca artikel. Pada umumnya, video-video di YouTube adalah video klip, acara TV, film, serta video buatan para penggunanya sendiri. Manfaat lain dari penggunaan YouTube adalah bahwa isinya dapat disiarkan

kepada jutaan pemirsa. YouTube tersedia di hampir setiap negara di dunia dan di setiap komputer yang memiliki akses internet, serta dikunjungi setiap hari oleh jutaan orang di dunia.

YouTube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karem di tahun 2005. YouTube hadir secara global, dimana kita akan menemukan berbagai macam konten video yang tersaji dalam berbagai bahasa, seperti video-video yang berhubungan dengan K-Pop. Selain itu, YouTube telah memungkinkan penggunanya untuk memanfaatkan *Community Contribution* dalam menerjemahkan judul dan deskripsi konten video di YouTube. Hal tersebut memudahkan pengguna YouTube dalam mencari sebuah video yang berjudul dalam bahasa asing ([www.beritateknologi.com/youtube-kini-bisa-menerjemahkan-judul-dan-deskripsi-pada-konten-video/](http://www.beritateknologi.com/youtube-kini-bisa-menerjemahkan-judul-dan-deskripsi-pada-konten-video/) diakses pada 17 april 2017 pukul 20.46 WIB).

YouTube menyediakan berbagai macam konten video yang menarik. Konten (dalam bahasa inggris: *content*) adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan konten media merupakan berbagai bentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini. Konten media tersebut seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, *file* audio, iklan hingga berbagai bentuk konten media lainnya. konten itu terbentuk melalui buatan dari para pengguna sistem atau layanan *online* yang seringkali dilakukan lewat sebuah situs media online. Salah satu konten yang akan dibahas dalam penelitian ini, adalah konten mengenai K-Pop.

**Gambar 1. Top 100 YouTuber Channels By Most Subscribers**

TOP 100 YOUTUBER CHANNELS BY MOST SUBSCRIBERS				
	Sort by SB Score	Sort by Most Subscribed	Sort by Most Viewed	
RANK	SB SCORE	USER	SUBSCRIBERS	VIDEO VIEWS
1	14319927	- Music	97,554,773	-
2	15329893	- Gaming	77,720,267	-
3	14376187	- Sports	75,485,993	-
4	61	A PewDiePie	56,060,646	15,646,432,459
5	192372	B- YouTube Movies	49,992,998	1,608,897
6	13042053	- News	33,821,498	-
7	1451	A- HolaSoyGerman	31,973,787	3,146,981,588
8	89	A JustinBieberVEVO	30,085,892	15,588,932,809
87	4606	B+ Sincometas	10,754,528	849,964,148
88	147	A SMTOWN	10,674,818	6,575,173,525
89	563	A ChrisBrownVEVO	10,605,446	5,514,103,885
90	860	A AiciiOfficialVEVO	10,527,296	4,182,667,602
91	317	A W2S	10,527,841	2,738,609,613
92	46	A+ Mawar & Mezzan	10,462,755	12,191,360,737
93	15147119	- Hip Hop Music - Topic	10,458,955	-
94	5744	B+ RamanAtwood	10,457,649	1,477,613,528
95	392	A officialpsy	10,415,909	6,150,889,139
96	16129	B Bethany Mota	10,409,868	935,854,659
97	20	A+ ChuChu TV Nursery Rhymes &	10,338,489	9,300,226,720
98	8758	B+ Jessa	10,323,195	1,903,693,154
99	14726145	- #Education	10,223,589	-

Sumber : <http://vidstatsx.com> diakses pada 6 juli 2017 pukul 22.13 WIB

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa konten video di YouTube yang paling banyak digemari oleh masyarakat di dunia adalah musik. Musik menduduki peringkat pertama sebagai jenis video di YouTube yang paling banyak digemari dilihat berdasarkan jumlah *subscriber* dunia. Diikuti oleh video dengan konten gaming dan sports. Dan konten video K-Pop merupakan salah satu konten *genre* musik. Didukung pula dengan data dari sumber yang sama, yang menyatakan bahwa channel yang menyediakan konten K-Pop tersebut menempati peringkat ke 88 (SMTOWN) dan 95 (officialpsy) dari 100 *YouTuber channels* dengan *subscriber* terbanyak didunia.

**Gambar 2. Top 100 YouTuber Channels By Most Viewed**

TOP 100 YOUTUBER CHANNELS BY MOST VIEWED				
Sort by SB Score   Sort by Most Subscribed   Sort by Most Viewed				
RANK	SB SCORE	USER	SUBSCRIBERS	VIDEO VIEWS
1	1	A++ I-Saves	20,941,683	19,965,217,003
2	13	A+ WWE	16,587,671	16,753,691,494
3	41	A ProDnsPis	56,060,646	15,646,432,459
4	69	A JustinBieberVEVO	20,086,890	15,588,932,809
5	8	A++ netd.muzik	6,986,361	13,927,486,071
6	3	A++ RyanToysReview	8,257,925	13,836,130,063
7	14	A+ LittleBabyDum @	11,379,164	13,173,815,428
8	282	A Fun Toys Collector Disney Toys	9,289,367	13,026,298,293
9	22	A+ KatyPerryVEVO	23,332,981	12,811,067,357
10	47	A+ Get Movies	12,909,975	12,684,411,215
54	54	A Super Simple Songs - Kids	6,156,963	6,659,350,630
65	515	A P!nkVEVO	9,204,187	6,613,994,016
66	147	A SMTOWN	10,674,818	6,576,173,520
67	428	A IGN	8,574,019	6,570,468,290
68	500	A Smooth	22,723,665	6,559,566,399
69	179	A Ultra Music	8,771,368	6,476,666,347
60	44	A+ Ch3Thailand	4,013,688	6,307,514,050
61	60	A theK (VCH#01)	6,088,128	6,281,032,664
62	189	A Wiz Khalifa	11,506,523	6,275,090,409
63	16	A+ MahamVEVO	9,829,670	6,209,260,371
64	23	A+ [E01E51] ToyPuddingTV	7,205,037	6,171,536,355
65	7	A++ WattpadOfficial	8,264,090	6,165,796,817
66	382	A officialpsy	10,415,909	6,150,889,139
67	530	A stampylonghead	8,570,045	6,126,673,305
68	41	A+ Toy Freaks	7,032,062	6,089,361,184

Sumber : <http://vidstatsx.com> diakses pada 6 juli 2017 pukul 22.21 WIB

Channel YouTube dengan konten K-Pop, dilihat berdasarkan yang paling banyak ditonton pada gambar diatas menunjukkan adanya peningkatan peringkat dan penambahan channel yang masuk dalam TOP 100. Peningkatan peringkat dan penambahan channel menunjukkan bahwa K-Pop masuk dalam konten yang banyak ditonton di YouTube. Channel dengan konten K-Pop tersebut menduduki peringkat 56 (SMTOWN), 61(1theK), 64 (ToyPuddingTV), dan 66 (officialpsy). Ke-4 channel dengan konten K-Pop tersebut masuk dalam kategori 100 *YouTuber channels* dengan jumlah penonton terbanyak didunia.

Gambar 3. Top 500 YouTubers Music Channels Sort By Most Subscribed

TOP 500 YOUTUBERS MUSIC CHANNELS				
Sort by SB Score		Sort by Most Subscribed		Sort by Most Viewed
RANK	SB SCORE	USER	SUBSCRIBERS	VIDEO VIEWS
1	59	A JustinBieberVEVO	30,092,554	15,595,973,833
2	182	A RihannaVEVO	25,002,868	11,467,195,988
27	147	A SMTOWN	10,676,904	6,579,793,128
28	583	A ChrisBrownVEVO	10,605,582	5,516,292,810
29	950	A AviciiOfficialVEVO	10,528,045	4,184,092,876
30	392	A officialpsy	10,417,644	6,153,588,044
31	1945	A DemiLovatoVEVO	10,212,141	3,207,906,254
32	52	A ChamamelleVEVO	9,931,289	4,861,106,374
33	719	A Soycaamuel	9,910,854	3,399,869,492
54	368	A BIGBANG	7,656,153	3,714,079,244
55	170	A Alan Walker	7,516,679	2,175,966,847
56	174	A maseolazer	7,582,211	4,429,379,629
57	853	A DrakeVEVO	7,535,032	3,150,196,274
58	11	A+ ElReino Infantil	7,526,222	9,274,450,892
59	625	A EllieGouldingVEVO	7,380,129	3,759,689,335
60	33	A+ Zee Music Company	7,341,807	4,839,576,148
65	368	A UtamixxVEVO	7,009,432	2,399,388,262
66	197	A Gensrock	6,974,904	5,975,627,775
67	60	A 1theK (1THEKID)	6,890,243	6,289,486,668
68	232	A BaiamHanic	6,846,634	5,196,121,076
69	207	A Daniel Babosa	6,740,913	1,924,219,697
70	1393	A AvrilLavigneVEVO	6,689,782	2,936,879,085
71	273	A michaeljacksonVEVO	6,642,720	4,263,909,683

Sumber : <http://vidstatsx.com> diakses pada 6 juli 2017 pukul 22.25 WIB

Dilihat dari top 500 khusus *channel* musik dengan *subscriber* terbanyak, *channel* yang berisi konten K-Pop masuk dalam daftar 100 besar. *Channel* tersebut diantaranya; SMTOWN yang menduduki peringkat 27 dengan *subscriber* sebanyak 10,676,904 *subscribers*, officialpsy pada peringkat 30 dengan total *subscriber* sebanyak 10,417,644 *subscribers*, BIGBANG pada peringkat 54 dengan total *subscriber* sebanyak 7,656,153 *subscribers*, dan 1theK pada peringkat 67 dengan jumlah *subscriber* sebanyak 6,890,243 *subscribers*. Dilihat berdasarkan *channel* musik, *channel* yang berisi konten K-Pop bertambah satu *channel* yaitu bernama BIGBANG. Sedangkan ke-3 *channel* lainnya masih tetap sama dengan *channel* yang menduduki peringkat 100 besar jika dilihat dari

*subscriber* atau penonton terbanyak secara umum. Maka, ke-4 channel dengan konten K-Pop dilihat berdasarkan channel musik tersebut masuk dalam kategori 500 *YouTuber channels* dengan jumlah subscriber terbanyak didunia.

**Gambar 4. Top 500 YouTubers Music Channels Sort By Most Viewed**

TOP 500 YOUTUBERS MUSIC CHANNELS				
Sort by SS Score   Sort by Most Subscribed   Sort by Most Viewed				
RANK	SS SCORE	USER	SUBSCRIBERS	VIDEO VIEWS
1	1	A++ T-Series	20.559.784	20.012.641.315
2	89	A JustinBieber/EVO	30.092.654	15.596.573.833
3	8	A++ netal.muzik	5.984.276	13.948.352.201
4	22	A+ KatyPerryVEVO	23.336.756	12.829.320.804
5	113	A TaylorSwiftVEVO	22.593.947	11.829.517.160
25	147	A SMTOWN	10.876.904	6.579.783.128
26	179	A Ultra Music	0.773.154	6.480.557.893
27	95	A 1theK (1THEK.O)	6.890.243	6.289.486.658
28	183	A Wiz Khalifa	11.508.896	5.278.298.971
29	16	A+ MalumaVEVO	9.832.158	5.204.575.335
30	282	A officialpsy	10.417.644	6.153.580.044
31	137	A Greenick	6.974.904	5.975.627.775
32	207	A AdeleVEVO	14.854.631	5.961.882.594
33	153	A Coldplay Official	9.403.055	5.825.001.979
34	73	A Galina Pintadita	7.328.657	5.820.710.342
70	388	A BIGBANG	7.856.153	3.714.079.244
71	87	A DisneyMusicVEVO	6.402.196	3.704.828.295
72	190	A Galina Pintadita	3.703.841	3.604.827.648
73	634	A isherndi	4.882.999	3.553.515.311
74	166	A Rutana	4.409.990	3.444.563.750
75	188	A Heropus & Julang	5.246.821	3.412.478.428
76	719	A boyceavenue	9.910.854	3.399.869.492
77	137	A RockyMarteVEVO	3.511.868	3.278.580.448
78	982	A BlackEyedPeasVEVO	3.579.170	3.229.877.588
79	1045	A DemiLovatoVEVO	10.212.141	3.207.906.254

Sumber : <http://vidstatsx.com> diakses pada 6 juli 2017 pukul 22.28 WIB

*Channel* musik dilihat berdasarkan jumlah penonton terbanyak, dirangkum dalam *Top 500 YouTubers Music Channels Sort By Most Viewed*. Pada gambar diatas peneliti hanya mengambil *Channel* musik yang menduduki peringkat 100 besar dari 500 *channels*. *Channel* yang berisi konten K-Pop menduduki peringkat 25 (SMTOWN) dengan jumlah penonton sebanyak 6,579,783,128 *viewers*, peringkat 27 (1theK) dengan jumlah penonton sebanyak 6,289,486,658 *viewers*, peringkat



30 (officialpsy) dengan jumlah penonton sebanyak 6,153,588,044 *viewers*, dan peringkat 70 (BIGBANG) dengan total penonton sebanyak 3,714,079,244 *viewers*. Dilihat berdasarkan jumlah penonton terbanyak tidak ada perubahan channel dengan konten K-Pop, hanya terdapat perubahan peringkat saja. Maka, ke-4 channel dengan konten K-Pop dilihat berdasarkan channel musik tersebut masuk dalam kategori 500 *YouTuber channels* dengan jumlah penonton terbanyak didunia.

Dari pernyataan pernyataan di atas, dapat diindikasikan bahwa konten K-Pop yang ada di Youtube merupakan salah satu konten yang populer dan banyak dilihat penggunanya. Youtube sebagai *platform* untuk mengunggah video, dapat dilihat oleh jutaan manusia di seluruh dunia. Tidak terkecuali para artis K-Pop yang menggunakan *platform* ini untuk kegiatan promosi serta pemanfaatan YouTube oleh penggunanya dalam memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan perolehan peringkat *subscriber* dan penonton terbanyak, baik dilihat secara umum maupun khusus channel musik. Menunjukkan bahwa konten K-Pop termasuk dalam konten yang lumayan digemari oleh masyarakat didunia. Channel-channel dengan konten K-Pop tersebut masuk dalam TOP 100 yang di keluarkan langsung oleh YouTube. Maka, YouTube adalah salah satu media di internet yang paling membantu dalam kesuksesan penyebaran K-Pop kepada penontonnya. YouTube sendiri baru saja mengumumkan daftar peringkat dilihat dari *most viewed videos off all time*, berikut ini :

**Gambar 5. Most Viewed Videos of All Time**



**Gambar 6. Lama video PSY – Gangnam Style**



Sumber : <http://m.youtube.com/playlist>  
diakses pada 6 juli 2017 pukul 22.38 WIB

List video yang diumumkan oleh YouTube diatas menunjukkan video PSY – Gangnam Style menduduki peringkat pertama dunia. Video PSY – Gangnam Syle tersebut merupakan salah satu video K-Pop yang sangat populer di kalangan dunia. Kemudian diikuti dengan video K-Pop lainnya pada peringkat 56, yang diduduki oleh PSY – Gentleman. Menurut laporan yang diperoleh dari blog

youtube trends, video Gangnam Style memperoleh jumlah penonton 1 miliar hanya dalam waktu 158 hari. Prestasi tersebut menempatkan video PSY-Gangnam Style pada urutan pertama video yang paling banyak dilihat di YouTube hingga saat ini dengan jumlah penonton mencapai 2,8 miliar penonton. Pencapaian rekor 2 miliar penonton tersebut menyebabkan YouTube harus meng-upgrade sistem counter mereka, karena video PSY itu telah mencapai batas maksimal yang mampu dihitung oleh YouTube (<https://www.klikmania.net/video-paling-banyak-dilihat-di-youtube/> diakses pada 15 juli 2017 pukul 13.43 WIB).

Hal tersebut membuktikan bahwa keberhasilan penyebaran budaya Korea menghasilkan sebuah fenomena demam budaya Korea di tingkat global, yang biasa disebut *Korean wave (Hallyu)*. Korean pop atau biasa disebut dengan K-Pop, merupakan salah satu produk *hallyu* yang sangat digemari saat ini. Istilah K-Pop secara luas digunakan untuk mendeskripsikan berbagai jenis aliran musik diantaranya, pop, rock, R&B, hiphop atau gabungan dari *genre-genre* musik yang ada. *Korean wave* tersebut mendorong minat penggemar musik K-Pop untuk menggunakan budaya K-Pop sebagai perilaku meniru idola mereka, menyukai secara berlebihan sebagai penggemar, membeli bermacam pernak-pernik idola, membeli kaset maupun melakukan aktivitas *cover dance* akibat dari menonton video K-Pop di YouTube. Hal ini juga lah yang menjadi salah satu alasan saya tertarik untuk meneliti fenomena tersebut. Oleh karena itu, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori AIDDA Wilbur Schramm yaitu; *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), dan *Action* (tindakan/kegiatan).

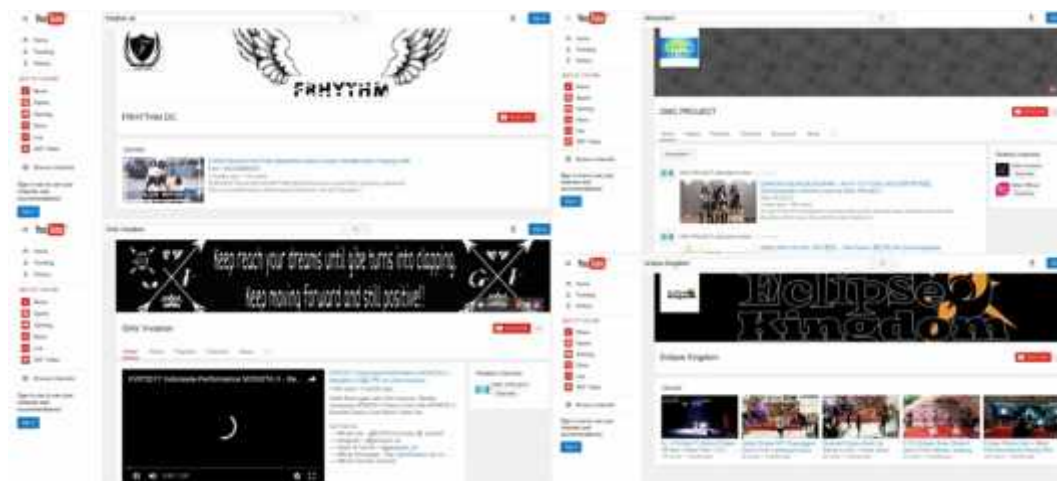
Aktivitas *cover dance* dilakukan sebagai perwujudan kecintaan terhadap boygroup atau girlgroup idola. *Cover dance* merupakan salah satu jenis *dance* yang meniru dan mengidentifikasi boygroup atau girlgroup Korea. Identifikasi *cover dance* meliputi detail gerakan, kostum dan ekspresi. Semakin mirip dengan boy group atau girl group idola, grup *cover dance* tersebut dianggap mencapai tingkat kesempurnaan. Masing-masing anggota *cover dance* akan mengcover sesuai dengan bias masing-masing. Bias disini diartikan sebagai kecenderungan atau kesukaan terhadap salah satu anggota boy group atau girl group Korea. Berbagai macam lomba K-Pop *cover dance* dari lokal hingga internasional diadakan untuk memfasilitasi minat dan bakat mereka di bidang *cover dance* (Arfina, 2014:4).

*Cover dance* bukan merupakan kegiatan plagiasi walaupun tergolong jenis *dance* yang meniru, melainkan suatu aktivitas imitasi koreografi tanpa meninggalkan hak cipta dan masih mengakui pemilik aslinya. Biasanya, mereka meniru dan mempelajari *dance* K-Pop melalui video *practice dance* dari sang *Idol* yang diunggah ke YouTube atau video dari *cover dance* lainnya yang telah lebih dulu mengimitasi koreografi salah satu boygroup atau girlgroup Korea. *Practice dance* itu sendiri merupakan video *idol* yang direkam saat melakukan latihan di ruang latihan dengan poin gerakan yang jelas. Sehingga, melalui video *practice dance* yang diterbitkan langsung oleh sang idola para penggemar dapat melihat dan mempelajari gerakan *dance* dengan mudah.

Dunia *korean pop* sudah tidak asing lagi dengan namanya *dance*, saat ini sudah marak penggiat *cover dance* di Indonesia, salah satunya di Bandar Lampung. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan para ketua komunitas,

komunitas *cover dance* di Bandar Lampung itu sendiri diantaranya adalah Adorable Academy, DMCPProject, Eclipse Kingdom, FRHYTHM, Girls Invation, Poseidon, SGKC, dan lain sebagainya. Lima diantaranya adalah berbentuk agensi dan sisanya adalah independen. Masing-masing komunitas ataupun grup, meraih kemenangannya di berbagai jenis *event* perlombaan *cover dance* yang diadakan di Bandar Lampung maupun diluar Bandar Lampung.

**Gambar 7. Channel YouTube Komunitas Cover Dance di Bandar Lampung**



Sumber : youtube.com diakses pada 08 Agustus 2017 pukul 20.26 WIB

Selain mengikuti berbagai ajang perlombaan, yang menjadi alasan peneliti memilih komunitas *cover dance* di Bandar Lampung karena masing-masing komunitas memiliki *channel* YouTube untuk membagikan kreatifitasnya dengan mengunggah video hasil mengcover idol K-Pop ke YouTube. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kreatifitas dan produktifitas diluar event perlombaan dalam hal mengcover serta memperoleh informasi dan video tentang K-Pop itu sendiri.

**Gambar 8. Piala Penghargaan dan Komunitas *Cover Dance* Bandar Lampung**



Sumber : Dokumentasi Komunitas

Selain di Bandar Lampung, banyak komunitas *cover dance* diluar Bandar Lampung yang memiliki prestasi yang luar biasa. Pada tahun 2011, *Korean Tourism Organization Indonesia* mengadakan sebuah acara kompetisi *cover dance* yang menghadiahkan sebuah perjalanan wisata ke Korea Selatan dan menjadi wakil dari Indonesia dalam perlombaan *cover dance* tingkat international di Korea Selatan, yaitu “2011 *K-Pop Cover Dance Festival*”. NYE Boys yang merupakan *cover dance* asal kota Bandung adalah salah satu kontestan perwakilan dari Indonesia yang mengikuti perlombaan di Korea Selatan (Tristiena, 2013:58). Namun karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, menyebabkan peneliti memilih komunitas *cover dance* di Bandar Lampung sebagai objek penelitian. Tetapi, komunitas *cover dance* di Bandar Lampung patut diberi apresiasi atas prestasi-prestasi yang telah diraih diberbagai ajang perlombaan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya penghargaan yang telah didapatkan dari berbagai ajang perlombaan oleh masing-masing komunitas.

Maka dalam hal ini, peran YouTube sangat penting bagi para *idol* itu sendiri untuk menyalurkan karya-karyanya kepada para penggemarnya maupun bagi para penggemarnya dalam mengikuti perkembangan sang idola dan menyalurkan kreatifitasnya. Terutama hal yang paling penting bagi para pelaku *cover dance* adalah video *dance* K-Pop. Serta, agar komunitas *cover dance* di Bandar Lampung dapat lebih diakui seperti komunitas yang ada dikota-kota lainnya. Berdasarkan pada uraian-uraian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *Cover Dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Seberapa besar Pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *Cover Dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop?”.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah “untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *Cover Dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop”.



## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan referensi yang bermanfaat dalam pengembangan penelitian Ilmu Komunikasi, khususnya bagi pengembangan penelitian yang berkaitan dengan Pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *Cover Dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop.

### **1.4.2. Secara Praktis**

- a. Untuk memperdalam pengetahuan peneliti di bidang komunikasi new media khususnya mengenai pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *Cover Dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop.
- b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia komunikasi.
- c. Sebagai sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan *literature* untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis.
- d. Untuk pembuatan skripsi sebagai salah satu syarat guna meraih gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini penulis melakukan kajian dan mempelajari lebih dalam terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diangkat oleh penulis. Berikut ini adalah ringkasan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan pada penelitian ini :

Penelitian pertama oleh Meilina Rahmadiani (2014) yang berjudul “Pengaruh film 5cm Terhadap Minat Remaja Wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (Studi Pada Siswa/Siswi SMA Negeri 9 Bandar Lampung)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan rumus regresi linear sederhana, yakni regresi dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya 2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara film 5cm terhadap minat wisata remaja ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebesar 67,7%, sedangkan sisanya sebanyak 32,3% di pengaruhi oleh faktor atau hal lain di luar intensitas menonton film 5 Cm. Hipotesis yang di ajukan diterima dibuktikan dengan  $T_{hitung} 12,365 > T_{tabel} 1,671$ . Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Meilina Rahmadiani dengan penelitian yang akan dilakukan adalah metode penelitian yang digunakan. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Meilina

Rahmadiani memfokuskan pada pengaruh film 5cm terhadap minat remaja wisata ke taman nasional Bromo Tengger Semeru. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap minat remaja untuk melakukan *cover dance* K-Pop. Kontribusi yang diberikan oleh penelitian ini adalah menjadi referensi bagi penulis mengenai penelitian kuantitatif dan minat, serta membantu dalam penyusunan penelitian.

Penelitian kedua oleh Aritas Puica Sianipar (2015) yang berjudul “Pemanfaatan YouTube di Kalangan Mahasiswa (Studi Penggunaan Youtube di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU Medan dengan Pendekatan *Uses and Gratification*)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yang hanya menggambarkan suatu situasi atau peristiwa penelitian, tanpa mencari atau menjelaskan hubungan, serta tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Hasil penelitian dari Aritas Puica Sianipar menunjukkan bahwa pemanfaatan situs YouTube di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2009-2010 umumnya berupa penggunaan berbagai video yang terdapat di dalam situs tersebut dalam upaya pemenuhan kebutuhan pada diri responden. Situs YouTube mampu memberikan sebuah alternatif jawaban akan pertanyaan yang para responden miliki dan terjawab melalui informasi yang terdapat di dalam situs tersebut. Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Aritas Puica Sianipar dengan penelitian yang akan dilakukan adalah bahasan mengenai YouTube. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Puica Sianipar dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas tentang YouTube secara keseluruhan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya berfokus pada konten video *dance* K-Pop di YouTube. Kontribusi dari

penelitian ini adalah penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi referensi bagi penulis mengenai YouTube, sekaligus menjadi pedoman penyusunan penelitian.

Penelitian ketiga oleh Cahya Tunshorin (2016) yang berjudul “Analisis Resepsi Budaya Populer Korea di Kalangan *Dance Cover* (Studi pada *Eternal Dance Community* Yogyakarta)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil penelitian dari Cahya Tunshorin menunjukkan faktor-faktor dalam analisis yang mempengaruhi *decoding* pesan pada K-Pop yakni meliputi persepsi, pemikiran, interpretasi, dan kategorisasi pola pemikiran informan hasil penelitian meliputi *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional reading*. Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Cahya Tunshorin dengan penelitian yang akan dilakukan adalah bahasan mengenai *cover dance*. Perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Cahya Tunshorin memfokuskan pada analisis resepsi budaya populer Korea di kalangan *dance cover*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap minat remaja untuk melakukan *cover dance* K-Pop. Kontribusi dari penelitian ini adalah menjadi referensi bagi penulis mengenai *cover dance* serta membantu proses penyusunan penelitian.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kontribusi Penelitian
1.	Meilina Rahmadiani (2014)	Pengaruh film 5cm Terhadap Minat Remaja Wisata k Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (Studi Pada Siswa/Siswi SMA Negeri 9 Bandar Lampung)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara film 5cm terhadap minat wisata remaja ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebesar 67,7%, sedangkan sisanya sebanyak 32,3% di pengaruhi oleh factor atau ha lain diluar intensitas menonton fim 5 Cm. Hipetosis yang di ajukan diterima dibuktikan dengan Thitung $12,365 > T_{tabel} 1,671$ .	Menjadi referensi bagi penulis serta membantu dalam proses penyusunan penelitian.
2.	Puica Sianipar (2015)	Pemanfaatan YouTube di Kalangan Mahasiswa (Studi Penggunaan Youtube di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU Medan dengan Pendekatan <i>Uses and Gratification</i> )	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif.	Hasil penelitian dari Aritas Puica Sianipar menunjukkan bahwa Situs YouTube mampu memberikan sebuah alternatif jawaban akan pertanyaan yang para responden miliki dan terjawab melalui informasi yang terdapat di dalam situs tersebut.	Penelitian ini menjadi referensi bagi penulis mengenai YouTube dsn sekaligus menjadi pedoman penyusunan penelitian.

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kontribusi Penelitian
3.	Cahya Tunshorin (2016)	Analisis Resepsi Budaya Populer Korea di Kalangan <i>Dance Cover</i> (Studi pada <i>Eternal Dance Community</i> Yogyakarta)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif.	Hasil penelitian dari Cahya Tunshorin menunjukkan bahwa Faktor-faktor dalam analisis yang mempengaruhi <i>decoding</i> pesan pada K-POP yakni meliputi persepsi, pemikiran, dan interpretasi dan Kategorisasi pola pemikiran informan hasil penelitian meliputi <i>dominant</i> , <i>negotiated</i> , dan <i>oppositional reading</i> .	Menjadi referensi bagi penulis serta membantu dalam proses penyusunan penelitian.

## 2.2. Kajian Konsep

### 2.2.1. YouTube yang Menjadi Kegemaran Dikalangan Anak Muda

YouTube merupakan situs web yang dirancang untuk berbagi video. yang memungkinkan individu untuk dapat membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem yang dibatasi, mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka akan berbagi sambungan, dan melihat daftar koneksi yang dibuat oleh orang lain dalam sistem tersebut. Jutaan pengguna diseluruh dunia telah membuat akun disitus yang memungkinkan mereka mengunggah video yang dapat ditonton oleh siapa saja didunia. Setiap menit dalam sehari, lebih dari 35 jam video di *upload* ke YouTube. Dengan mengunggah sebuah video di YouTube, semua orang dapat dengan mudah membagikan video dengan mengirimkan url 'link' ke orang lain atau alamat halaman internet yang relevan ([www.digitalunite.com](http://www.digitalunite.com) diakses pada 15 juli 2017 pukul 17.29 WIB).

Layanan berbasis *web* memungkinkan pengguna untuk *mendownload* video yang bisa dibagi dengan orang lain (teman, mahasiswa, pendidik) dengan hubungan sosial dalam kondisi belajar. YouTube adalah layanan video-sharing yang memungkinkan pengguna untuk mengirim video pribadi yang dikembangkan, dari animasi untuk rekaman pribadi (Said, 2015). YouTube adalah aplikasi sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi dan membentuk masyarakat di sekitar konten mereka. Ini menarik pengguna konten seperti remaja yang mendapatkan informasi yang mereka inginkan dengan jelas dalam bentuk visual.

Menurut *Vice President of Engineering* YouTube Cristos Goodrow, durasi orang menonton video di *platform* tersebut telah meningkat drastis mencapai 1 miliar jam per hari. Dengan total 1 miliar pengguna tersebut setidaknya berarti bahwa masing-masing pengguna bisa menonton 1 jam video YouTube per hari (tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta diakses pada tanggal 04 Maret 2017 pukul 11.34 WIB).

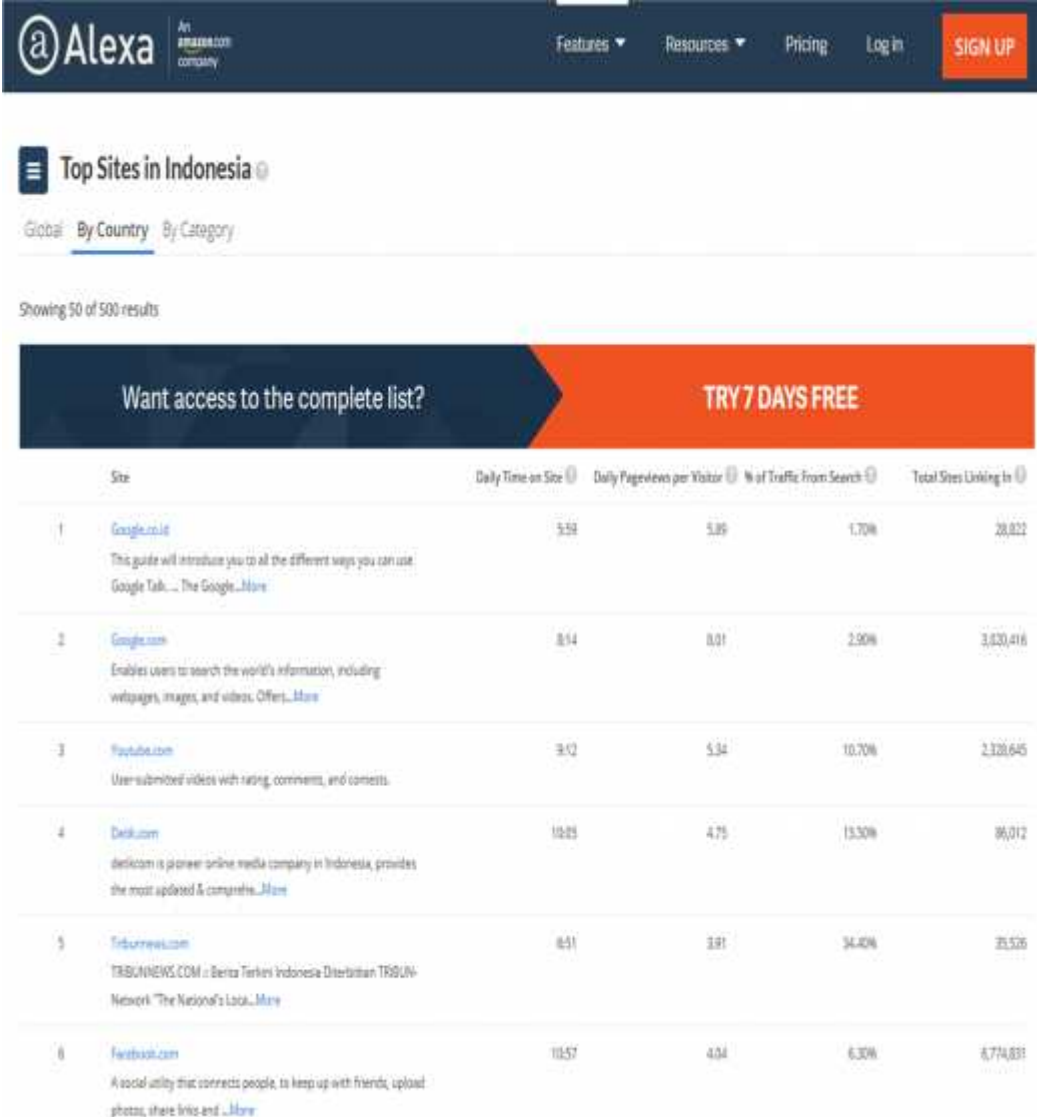
Dikutip dari data *Pew Research* dari total pengguna *online* di seluruh dunia, sebanyak 72% diantaranya memang gemar berkunjung ke layanan berbagi video seperti YouTube, sementara di situs lainnya adalah Vimeo. YouTube paling populer diantara kalangan anak muda dewasa, kulit hitam, dan Hispanik. Seperti banyak situs jejaring sosial, YouTube banyak digunakan oleh pengguna diantara umur 18 hingga 29 tahun dengan persentase 82%. Pengguna semakin menggunakan YouTube dan situs jejaring sosial lainnya untuk berbagi video terkait berita dan informasi penting (<https://m.cnnindonesia.com/teknologi/>

[20150214143544-185-32127/youtube-dalam-angka-angka/](https://www.google.co.id/amp/m.antaraneews.com/amp/berita/531544/anak-muda-lebih-percaya-youtube-dibanding-wikipedia/) diakses pada 05 Agustus 2017 pukul 13.28 WIB).

Disisi lain penggunaan berinternet berubah, YouTube telah mengambil alih posisi Wikipedia sebagai tempat anak muda mencari dan mengunduh informasi. Menurut penelitian, anak muda usia 12-15 tahun telah meninggalkan ensiklopedia *online* dan beralih ke situs *web* berbasis video. Remaja dengan kelompok usia 12-15 tahun lebih memilih YouTube untuk mencari hobi dan minat mereka sebesar 35%, sementara hanya 3% yang berkonsultasi di Wikipedia. Dalam berkeaktifitas, sebanyak 44% anak muda beralih ke YouTube untuk mendapatkan panduan berkeaktifitas, dan hanya 4% yang menggunakan wikipedia (<https://www.google.co.id/amp/m.antaraneews.com/amp/berita/531544/anak-muda-lebih-percaya-youtube-dibanding-wikipedia/> diakses pada 05 Agustus 2017 pukul 14.16 WIB).



Gambar 9. Top Site in Indonesia



Want access to the complete list? **TRY 7 DAYS FREE**

Site	Daily Time on Site	Daily Pageviews per Visitor	% of Traffic From Search	Total Sites Linking In
1 <a href="http://Google.co.id">Google.co.id</a> This guide will introduce you to all the different ways you can use Google Tab... <a href="#">The Google...More</a>	5:52	5.85	1.70%	28,822
2 <a href="http://Google.com">Google.com</a> Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers... <a href="#">More</a>	8:14	8.01	2.90%	3,620,416
3 <a href="http://Youtube.com">Youtube.com</a> User-submitted videos with rating, comments, and contests.	9:12	5.34	10.70%	2,128,645
4 <a href="http://Detik.com">Detik.com</a> detik.com is pioneer online media company in Indonesia, provides the most updated & compreh... <a href="#">More</a>	10:45	4.75	13.30%	86,012
5 <a href="http://Tribunnews.com">Tribunnews.com</a> TRIBUNNEWS.COM :: Berita Terkini Indonesia Diterbitkan TRIBUN- Network "The Nation's Last... <a href="#">More</a>	6:51	3.81	34.40%	25,526
6 <a href="http://Facebook.com">Facebook.com</a> A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and... <a href="#">More</a>	10:57	4.04	6.30%	6,774,831

Sumber : <http://www.alexa.com/topsites/countries/ID> 16 juni 2017

pukul14.32 WIB

Selain itu berdasarkan data statistik menurut Alexa tersebut, terlihat bahwa YouTube berada diposisi ketiga dari top site di indonesia yang paling banyak dikunjungi dan populer kedua setelah Google. Tak hanya populer sebagai sarana untuk menonton video-video unik, alasan lain yang membuat YouTube semakin

besar dan terkenal karena layanan situs web ini juga mampu memberikan tambahan penghasilan bagi penggunanya.

Anak muda gemar menggunakan YouTube untuk mengekspresikan kreatifitasnya yang dituangkan dalam bentuk video dan di upload ke YouTube. YouTube tentu membatasi beberapa video yang dianggap tidak layak untuk ditayangkan, misalkan kekerasan, pornografi, serta hal-hal yang mengandung SARA. Akan tetapi, hal tersebut tidak menghalangi kreatifitas anak muda yang menggunakan YouTube untuk menuangkan kreatifitasnya. Di Indonesia ada Raditya Dika, Natasha Farani, The da Lopez Brother, Bayu Skak, sampai Aaron Ashab yang menjadi tempat inspirasi video untuk anak muda dengan jenis konten videonya masing-masing. Berbeda dengan YouTubers diluar negeri yang lebih beragam seperti, PewDiePie yang saat ini menjadi YouTubers paling kaya didunia dengan video review game konyol, dan Smosh yang juga sering membuat video tutorial yang terbilang tidak terlalu serius tetapi sangat banyak yang menonton videonya tersebut.

Para YouTubers terkenal tersebut jika dilihat dari kacamata anak muda, tentu akan terlihat sangat keren karena mereka mempunyai gayanya sendiri. Beberapa bahkan memiliki penggemar hingga jutaan orang di seluruh dunia. Hal tersebutlah yang menjadi alasan kenapa anak muda sangat senang membuat video dan kemudian di unggah ke YouTube. Mereka ingin terlihat keren seperti para idolanya, selain itu juga mereka ingin mendapatkan penghasilan dari hasil video yang di unggah ke YouTube.

Adapun kelebihan YouTube sebagai media pembelajaran, diantaranya :

- a. Informatif. Karena YouTube dapat memberikan informasi terkait perkembangan ilmu dan teknologi.
- b. *Cost Effective*. Karena YouTube dapat diakses secara gratis.
- c. Potensial. Karena situs ini sangat populer dan mampu memberikan edit value terhadap pendidikan.
- d. Praktis dan lengkap. Karena YouTube dapat digunakan dengan mudah oleh semua kalangan dan juga terdapat fasilitas editing video.
- e. *Shareable*. Karena link YouTube dapat dibagi diberbagai situs lainnya.
- f. Interaktif. YouTube dapat memfasilitasi untuk forum diskusi dan tanya jawab.

Selain YouTube memiliki kelebihan, terdapat beberapa tantangan terkait penggunaan YouTube dalam pembelajaran (suryaman, 2015), yakni :

- a. Ketersediaan video. Tugas pengguna yang menggunakan YouTube sebagai media pembelajaran adalah memantau ketersediaan video karena beberapa video hanya tersedia untuk rentang waktu tertentu (Burke & Snvder, 2008).
- b. Kualitas konten. Pengguna harus memperhatikan tanggal video untuk mengetahui bahwa informasi dalam video tidak tertinggal zaman dan juga perlu memperhatikan kualitas isi video.
- c. Tantangan berikutnya adalah ketika proses pencarian video. Suatu pencarian video bisa menghasilkan tampilan video yang terlalu banyak. Salah satu cara untuk mempersempit pencarian adalah dengan fokus pada *username* yang mengunggah video (Trier dalam Sharoff, 2011).

Dalam beberapa uraian mengenai YouTube dikalangan anak muda terkait dengan “pengaruh konten video dance K-Pop di YouTube terhadap minat untuk melakukan *cover dance*” seperti diatas, maka pengguna YouTube sebagian besar berasal dari kalangan anak muda yang gemar menggunakan YouTube untuk mencari hobi dan mengekspresikan kreatifitasnya dalam bentuk video. Misalkan dalam hal cover dance, mereka mencari video dance yang mengandung unsur K-Pop didalamnya. Masing-masing pengguna memiliki YouTubers kesukaannya misalkan BTS, EXO, TWICE, IKON, BLACKPINK, dan lain sebagainya. Sesuai dengan kegemarannya, mereka akan menuangkan kreatifitasnya dalam bentuk cover dance. Kegemaran tersebutlah yang menggugah hasrat pengguna YouTube yang menggemari K-Pop dan juga menjadi alasan kenapa mereka sangat senang membuat video cover dance dan kemudian di unggah ke YouTube. Mereka ingin terlihat keren seperti para idolanya.

### **2.2.2. Kepopuleran Konten Video K-Pop di YouTube**

Pengertian konten (kamus istilah komputer, 2009:33) adalah *content* atau diartikan sebagai isi, merupakan struktur dan desain dari informasi yang terdapat pada halaman situs. Konten (dalam bahasa inggris: *content*) adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan konten media merupakan berbagai bentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, *file* audio, iklan hingga berbagai bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan dari para pengguna sistem atau layanan *online* yang seringkali dilakukan lewat sebuah situs media online. Maka istilah konten ini digunakan

untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan *genre* informasi sebagai komponen nilai tambah media.

Definis lain mengenai konten, yaitu :

1. konten merupakan materi teks dari dokumen atau publikasi dalam bentuk apapun. Konten adalah informasi dan komunikasi: jumlah total kesegaran, keterbacaan, relevansi, dan kegunaan informasi yang disajikan dan cara pembuatannya.
2. inti dari pesan atau wacana yang dikomunikasikan, sebagaimana dipahami atau diterima oleh khalayak yang dituju.
3. lem yang membuat website 'lengket' membuat pengunjung kembali. Dan membuat mereka pergi.

(<http://www.businessdictionary.com/definition/content.html> diakses pada 11 juli 2017 puykul 15.00 WIB)

Konten di YouTube berupa video dengan berbagai *genre* yang dibuat oleh pengguna layanan online lewat situs media *online*. Video tersebut dibuat dengan tujuan untuk disampaikan kepada khalayak melalui media yaitu media *online* YouTube. Konten video YouTube yang paling banyak digemari oleh orang Indonesia menurut (smeaker.com pada laman peristiwa) adalah musik. Sedangkan berdasarkan data peringkat yang dirilis oleh (vidstasx.com), konten video yang paling banyak digemari oleh masyarakat di dunia adalah musik. Dan konten video K-Pop merupakan salah satu konten *genre* musik. Didukung pula dengan data dari sumber yang sama, yang menyatakan bahwa channel yang menyediakan konten K-Pop tersebut menempati peringkat ke-27, 30, 54, dan 65 dari 100 *YouTubers*

*Music channels* dengan *subscriber* terbanyak didunia. Maka, hal tersebut membuktikan bahawa konten K-Pop cukup digemari di dunia.

Gelombang K-Pop semakin mendunia, tidak hanya berbagai media asing yang tertarik untuk membahas berbagai hal mengenai musik K-Pop. Pada tahun 2013, YouTube meresmikan sebuah *channel* resmi khusus musikn K-Pop yang bernama “K-POP on YouTube”. Dimana para penggemar dapat menikmati berbagai video musik K-Pop yang sedang populer. Selain itu, *channel* tersebut juga menyediakan video *interview* serta penampilan para idola K-Pop diberbagai program musik. Walaupun masih dalam masa percobaan pada saat pertama kali diluncurkan, channel tersebut telah menyediakan 6 kategori yang dapat dinikmati. Diantaranya adalah, *chart* video musik K-Pop, video musik K-Pop terbaru, video musik K-Pop yang direkomendasikan, penampilan idola K-Pop secara *on air* atau *off air*, serta tren musik K-Pop (<http://m.dreamers.id/musik/article/24103/youtube-kini-punya-channel-resmi-khusus-musik-k-pop> diakses pada 07 Agustus 2017 pukul 12.41 WIB)

### **2.2.3. Geliat Korean Music Popular (K-Pop) di Indonesia**

Budaya Populer atau Budaya pop adalah budaya massa yang diproduksi massa untuk konsumsi massa. Budaya populer adalah tentang bentuk-bentuk perilaku sosial dan bagaimana item-item produksi massa digunakan (Burton, 2012:39). Lahirnya berbagai macam bentuk media juga berpengaruh dalam meningkatkan perkembangan dan penyebaran suatu budaya dalam kelompok-kelompok yang ada di masyarakat. Sebuah budaya yang telah masuk dalam dunia hiburan akan menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya.

Ciri-ciri budaya populer diantaranya, sebagai berikut:

- a. Tren. Sesuatu itu bisa dikatakan sebuah tren apabila disukai dan diikuti oleh banyak orang.
- b. Adaptabilitas. Sesuatu itu bisa dikatakan memiliki unsur adaptabilitas bila mudah dinikmati oleh banyak orang.
- c. Durabilitas. Sesuatu itu bisa dikatakan memiliki unsur durabilitas bila memiliki daya tahan menghadapi waktu. Yakni dapat mempertahankan dirinya bila terdapat pesaing yang kemudian muncul sehingga tidak dapat menyaingi keunikan dirinya.
- d. Profitabilitas. Dilihat dari sisi ekonomi, sesuatu itu bisa dikatakan memiliki profitabilitas bila berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.

(<http://www.slideshare.net/andreyuda/media-daii-budaya-populer>)

Penelitian ini melibatkan produk dan media massa yang sedang terjadi di Indonesia saat ini yaitu Budaya Populer Korea atau yang disebut dengan K-Pop. K-Pop merupakan fenomena budaya terbaru atas menyebarnya budaya populer Korea Selatan di China, Jepang, Taiwan, Vietnam, Singapura, Thailand, dan negaran-negara Asia Tenggara lainnya, termasuk Indonesia. Beberapa produk budaya populer Korea yang populer di Indonesia, adalah:

1. *Dance* Korea
2. Musik Korea
3. Film dan Drama Korea
4. *Fashion* Korea

K-Pop (singkatan dari *korean pop* atau *korean music popular*) itu sendiri adalah sebuah genre musik yang terdiri dari pop, *dance*, *electropop*, *hiphop*, *rock*, *R&B* dan *electronic music* yang berasal dari Korea Selatan. Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sudah menembus batas dalam negeri dan sangat populer di mancanegara. Kegandrungan akan musik K-Pop merupakan bagian yang tak terpisahkan daripada demam Korea (*Korean Wave*) di berbagai negara (Asmoro, 2015 : 477).

Pada awalnya K-Pop hanya populer di lingkup Asia saja, namun semakin berkembang dan menjamur di seluruh penjuru dunia. Di negara asalnya yaitu Korea, K-Pop menjadi suatu fenomena yang sangat biasa dan menjadi gaya hidup anak muda disana. Populernya budaya K-Pop menjadi topik yang sering diperbincangkan belakangan ini. Indonesia salah satu negara yang terpengaruh sangat besar oleh budaya K-Pop. Media massa seperti televisi, majalah, dan teknologi internet mempunyai peran besar terhadap masuknya K-Pop di Indonesia. Media massa merupakan sumber dalam penyebaran suatu budaya terhadap *audiens*. Media massa secara signifikan mempresentasikan identitas kepada pihak-pihak lain. serta kelompok budaya yang ada (Burton. 2012:31).

Populernya budaya K-Pop di Indonesia dapat ditunjukkan dengan banyaknya boy band dan girl band yang meniru boy band dan girl band Korea. Kepopuleran K-Pop menyebabkan ketidakstabilan budaya di Indonesia, karena anak mudanya lebih tertarik mempelajari kebudayaan negara lain dan cenderung lebih bangga dibanding dengan budaya negara sendiri. Bahkan tidak hanya K-Pop yang menjadi populer diindonesia, saat ini sering kita jumpai drama Korea dan *variety*



*show* korea yang ditayangkan di beberapa stasiun televisi di Indonesia seperti *Descendent of the Sun*, *Goblin*, *Running Man*, dan masih banyak lainnya. Kepopuleran dari *Korean Music Popular* (K-Pop) tersebut, tak lepas dari daya tarik yang dimiliki. Dance yang enerjik, *lyric* lagu, *style* yang keren, *music video* yang berbeda dengan yang lainnya, dan juga tampilan yang rupawan dari artis-artisnya. (Asmoro, 2015 : 477). Maka hal tersebutlah yang mendasari kepopuleran K-Pop hingga kemancanegara dan menimbulkan ketertarikan serta minat remaja untuk melakukan *cover dance*.

#### **2.2.4. Cover Dance sebagai bentuk Kreatifitas**

*Cover dance* merupakan upaya seseorang atau kelompok untuk meniru gerakan koreografi, kostum, dan *make up* yang semirip mungkin dengan seseorang atau grup tertentu untuk berbagai kepentingan peniru, mulai dari dokumen pribadi hingga komersil. Yang lebih familiar dengan kita mungkin adalah *cover sing*. Tidak jauh berbeda dengan *cover sing*, namun fokus yang dicover pada *cover dance* adalah tariannya. Semakin mirip dengan artis yang dicover, baik dari segi tarian, kostum, dan peralatan yang digunakan, maka poin penilaian akan semakin tinggi. Modifikasi kostum dan tarian tetap diperbolehkan, bahkan modifikasi tarian justru banyak disarankan sebagai bentuk kreatifitas peserta. Dalam hal ini *cover dance* bukanlah plagiat karena berstatus meniru tapi tidak meninggalkan *copyrightnya* dan masih mengakui pembawa yang aslinya (Regiati, 2014).

Banyak penggemar aliran musik K-Pop membentuk grup-grup *cover dance* bahkan membentuk komunitas serta agensi *cover dance* sebagai bentuk apresiasi atas kegemaran mereka terhadap aliran musik K-Pop. *Cover dance* sebenarnya

menitikberatkan pada mengikuti koreografi yang sudah ada atau lebih tepatnya menirukan sang idola. Kesempurnaan dalam *cover dance* bukanlah sebuah kreatifitas namun kemiripan dengan sang idola baik dalam segi detail gerakan, kostum, *make up*, hingga ekspresi wajah (Tristiena, 2013:31). Kegiatan *cover dance* dapat disalurkan melalui perlombaan-perlombaan. Namun, *cover dance* juga dapat disalurkan melalui situs berbagi video yaitu YouTube, para pelaku *cover dance* dapat mengunggah video *cover dance* tersebut di situs YouTube.

Sebelum muncul fenomena *cover dance*, Fans di Indonesia sering mengadakan *gathering* (pertemuan antar sesama fans) idol favorit masing-masing untuk mengekspresikan kecintaan mereka kepada para idolnya. Idol yang dimaksudkan yaitu *boyband* atau *girlband* K-Pop (Koesmayadi, 2013 : 57). Namun pada sekitar pertengahan tahun 2014 di Lampung mulailah menambahkan *cover dance* dalam setiap acara *gathering* yang diselenggarakan. Hal ini menjadi sebuah inovasi baru untuk meramaikan acara. Para fans menarikan gerakan idola mereka, serta mengenakan kostum, *make up*, serta gaya rambut yang nyaris menyerupai idola mereka.

Acara yang pertama kali digelar dengan menampilkan *cover dance* dan *sing* yaitu pada *gathering* yang bertajuk “ELF Amazing 7 Years Love” yang diselenggarakan oleh para penggemar salah satu idol K-Pop Super Junior yaitu ELF Lampung pada tahun 2010. Even kompetisi *cover dance* di Lampung pertama kali diselenggarakan pada 29 maret 2015 oleh KOWALA (Korean Wave Lampung) yang bekerja sama dengan Gramedia dalam melaksanakan acara tersebut.. Mulai pada saat itulah, dari waktu ke waktu semakin banyaknya jumlah *cover dance* di Lampung yang

bermunculan. Jumlah *cover dance* di Bandar Lampung yang aktif pada saat ini yaitu berjumlah kurang lebih 25 grup *cover dance* (wawancara Sesilia Sellyka selaku Admin ELF Lampung pada 5 April 2017 dengan *Direct Massage*).

Komunitas *Cover dance* di Bandar Lampung itu sendiri diantaranya adalah DMCPProject, FRHYTHM, Eclipse Kingdom, Girls Invation, Black Pearl Academy, SGKC, dan lain sebagainya. 5 diantaranya adalah berbentuk agensi dan sisanya adalah independen. Masing-masing komunitas ataupun grup, meraih kemenangannya di berbagai jenis event perlombaan *cover dance* yang diadakan di Bandar Lampung maupun diluar Bandar Lampung. Selain mengikuti berbagai ajang perlombaan, masing-masing komunitas memiliki channel YouTube untuk membagikan kreatifitasnya dengan mengunggah video hasil mengcover idol K-Pop ke YouTube. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kreatifitas dan produktifitas diluar event perlombaan dalam hal mengcover serta memperoleh informasi dan video tentang K-Pop itu sendiri.

Anggota dari komunitas *cover dance* sangat beragam. Mulai dari mereka yang masih duduk di bangku sekolah, mahasiswa, bahkan tak banyak juga yang sudah bekerja namun masih tetap aktif dalam dunia ini. Bahkan beberapa dari mereka menjadikan *dance cover* sebagai sumber penghasilan. Beberapa bahkan menjadikan *dance cover* sebagai batu loncatan untuk terjun ke cabang dunia hiburan yang lain, walaupun memang, tipe anggota yang seperti ini tidak terlalu banyak. Keanggotaan komunitas *dance cover* Korea didominasi oleh mereka yang duduk di bangku SMA dan mereka yang masih berstatus sebagai mahasiswa. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut mereka sudah memiliki kesadaran untuk

berkomitmen yang cukup tinggi, dan masih memiliki cukup banyak waktu luang untuk berlatih atau berkumpul bersama anggota lainnya (Regiati, 2014).

Sebuah komunitas *dance cover* terdiri dari banyak agensi-agensi *dance cover* yang menaungi grup-grup *dance cover* yang ada. Namun tidak semua grup *dance cover* berada dalam sebuah agensi. Banyak juga grup *dance cover* yang independen. Sebenarnya kebanyakan agensi *dance cover* hanya sebatas menghimpun beberapa grup *dance cover* dalam satu atap. Agensi bertanggung jawab menjaga hubungan antar grup di dalamnya, serta menghubungkan grup yang dinaunginya dengan pihak luar. Namun jangan kira agensi-agensi *dance cover* ini tingkatannya sudah se-formal dan se-profesional agensi yang menaungi artis-artis pada umumnya.

Agensi-agensi ini tidak memiliki kontrak yang mengikat dan tidak membiayai keperluan sang penari atau mengambil jatah honor penari saat mereka memenangkan suatu kompetisi atau mendapat tawaran untuk tampil. Agensi ini biasanya hanya bertugas mencarikan studio untuk latihan, mengelola uang kas, membantu mengoreksi gerakan penari setiap latihan, membuka perekrutan jika ada grup yang anggotanya kurang lengkap, mencarikan acara-acara Korea dimana grup-grup yang dinaunginya dapat berpartisipasi baik sebagai peserta lomba ataupun pengisi acara.

### **2.2.5. K-Pop yang Membangkitkan Minat Remaja**

Menurut Hilgard dalam Slameto (1995:57) minat adalah suatu kecenderungan pada perhatian untuk melakukan beberapa aktifitas yang berarti dengan tujuan mencapai sesuatu yang lebih baik. Sementara itu, Effendy (2003: 305) menjelaskan bahwa minat merupakan kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Minat akan tumbuh dalam diri seseorang apabila pesan yang disampaikan komunikator diterima dengan penuh perhatian dan menyentuh sisi emosional komunikan. Jika telah terjadi penerimaan pesan yang seperti itu, maka komunikasi yang dilakukan dapat dikatakan berhasil, kemudian akan timbul minat yang merupakan efek dari komunikasi tersebut.

Minat didefinisikan berbeda oleh beberapa orang ahli namun memiliki tujuan yang sama. Masing-masing ahli mendefinisikannya sesuai dengan pandangan dan disiplin keilmuan masing-masing. Keinginan atau minat dan kemauan atau kehendak sangat memengaruhi corak perbuatan yang akan dilakukan seseorang. Minat/keinginan erat hubungannya dengan perhatian yang dimiliki. Karena perhatian mengarahkan timbulnya kehendak pada seseorang. Kehendak atau kemauan ini juga erat hubungannya dengan kondisi fisik seseorang misalnya dalam keadaan sakit, capai, lesu atau mungkin sebaliknya yakni sehat dan segar. Juga erat hubungannya dengan kondisi psikis seperti senang, tidak senang, tegang, bergairah dan seterusnya (Sobur, 2003: 246).

Minat mempunyai dua aspek, yaitu aspek kognitif dan afektif. Kognitif didasarkan atas konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan

dengan minat. Sedangkan afektif adalah bobot emosional konsep yang membangun aspek kognitif minat dan dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Afektif mempunyai kelebihan yaitu mempunyai peran yang lebih besar dalam memotivasi tindakan dan cenderung lebih tahan terhadap perubahan (Hurlock, 1992 : 117). Kemudian aspek kognitif dan afektif tersebut mewujudkan aspek konatif dalam bentuk tingkah laku. Aspek konatif merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki oleh seseorang. Menurut Lambert (1967) aspek konatif menyangkut perilaku atau perbuatan sebagai putusan akhir kesiapan reaktif terhadap suatu keadaan.

Jadi, dari defenisi-defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan sikap atau ketertarikan individu terhadap sesuatu yang dapat menimbulkan perhatian, pemuasan rasa keingintahuan, dan hasrat untuk melakukan sesuatu dalam diri seseorang yang muncul akibat adanya objek tertentu dengan tujuan untuk mencapai sesuatu yang lebih baik. Hal tersebut merupakan salah satu alasan terbentuknya suatu komunitas atau kelompok, dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang sama.

Komunitas berasal dari bahasa latin '*communitas*' yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti 'sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak'. Komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko, dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Dalam Soenarno (2002), Definisi komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional. Menurut Crow dan Allan (Wenger, 2002:4), komunitas dapat terbagi menjadi 2 komponen :

1. Berdasarkan lokasi (tempat wilayah) atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat dimana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis.
2. Berdasarkan minat, sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena memiliki ketertarikan dan minat yang sama, misalnya hobi, agama, pekerjaan, suku, ras, maupun kelainan seksual.

Pada dasarnya setiap komunitas yang ada terbentuk dengan sendirinya, tidak ada paksaan dari pihak manapun, karena komunitas terbangun memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan setiap individu dalam kelompok tersebut. Suatu komunitas biasanya terbentuk karena pada beberapa individu memiliki hobi yang sama, tempat tinggal yang sama, dan memiliki ketertarikan yang sama dalam beberapa hal. Komunitas berdasarkan minat memiliki jumlah terbesar karena melingkupi berbagai aspek, contohnya komunitas pecinta K-Pop dapat berpartisipasi diberbagai kegiatan yang berkaitan dengan K-Pop, seperti perlombaan *cover dance* atau *cover sing, ghatering*, dan lain sebagainya.

Berawal dari kegemaran terhadap K-Pop, banyak anak muda di Indonesia yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai dance. Minat yang semakin besar terhadap K-Pop berdampak besar terhadap munculnya berbagai macam komunitas cover dance K-Pop di Indonesia. Komunitas cover dance merupakan salah satu

contoh komunitas yang terbentuk karena minat atau hobi yang sama. Karena masing-masing individu memiliki minat yang sama, maka terbentuklah suatu komunitas untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Ditambah dengan semakin banyaknya artis Korea yang berkunjung ke Indonesia untuk mengadakan konser, melakukan syuting variety show, ataupun hanya sekedar liburan, menyebabkan bertambahnya minat masyarakat Indonesia terhadap K-Pop. Maka, minat dalam penelitian ini adalah suatu kecenderungan atau keinginan yang timbul untuk melakukan *cover dance* setelah menonton konten video *dance* K-Pop di YouTube.

## **2.3. Kajian Teori**

### **2.3.1. Teori AIDDA**

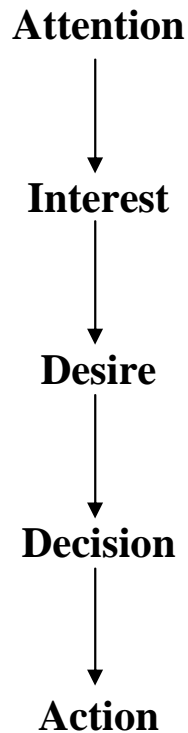
Teori AIDDA disebut *A-A Procedure* atau *from attention to action procedure*, yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm. Menurut Eftendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Effendy, 2003:305), AIDDA adalah akronim dari kata-kata *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), dan *Action* (tindakan/kegiatan). Adapun keterangan dan elemen-elemen dari model ini adalah:

1. Perhatian (*Attention*) : Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.
2. Ketertarikan (*Interest*) : Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang suatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen.
3. Keinginan (*Desire*) : Kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.



4. Keputusan (*Decision*) : Kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal.
5. Tindakan (*Action*) : Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.

**Bagan 1. Model Teori AIDDA**



Sumber: Effendy (2003)

Konsep AIDDA ini adalah proses psikologis dari diri khalayak. Berdasarkan konsep AIDDA agar khalayak melakukan *action*, maka pertama-tama mereka harus dibangkitkan perhatiannya (*attention*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian.

Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa. sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator (Effendy, 2003:305).

### **2.3.2. Hubungan Teori AIDDA dengan Topik yang Dibahas**

Seperti yang telah dijelaskan diatas, bahwa konsep dalam teori AIDDA adalah proses psikologis dari diri khalayak. Bila dikaitkan dengan topik yang dibahas oleh peneliti, seseorang yang menonton sebuah konten video dance K-Pop di YouTube yang menarik perhatiannya (*attention*), karena video dance K-Pop tersebut menampilkan artis, musik, koreografi, tema video, hingga unsur-unsur lain dalam video yang menarik perhatian. Hal tersebut menyebabkan timbulnya minat (*interest*) dari para viewer untuk menyaksikan video K-Pop tersebut. Setelah menyaksikan para idol yang terlihat cantik dan tampan, penampilan yang menarik, penyajian video yang menarik, musik yang enak didengar, serta koreografi yang menarik perhatian. Ttimbulah hasrat (*desire*) untuk mencoba mempelajari dan mempraktekan gerakan koreografi yang tersedia pada video di rumah masing-masing. Kemudian, datanglah keputusan bahwa keinginan akan mencoba untuk mengcover gerakan (*action*) dari video K-Pop yang terdapat di YouTube tersebut.

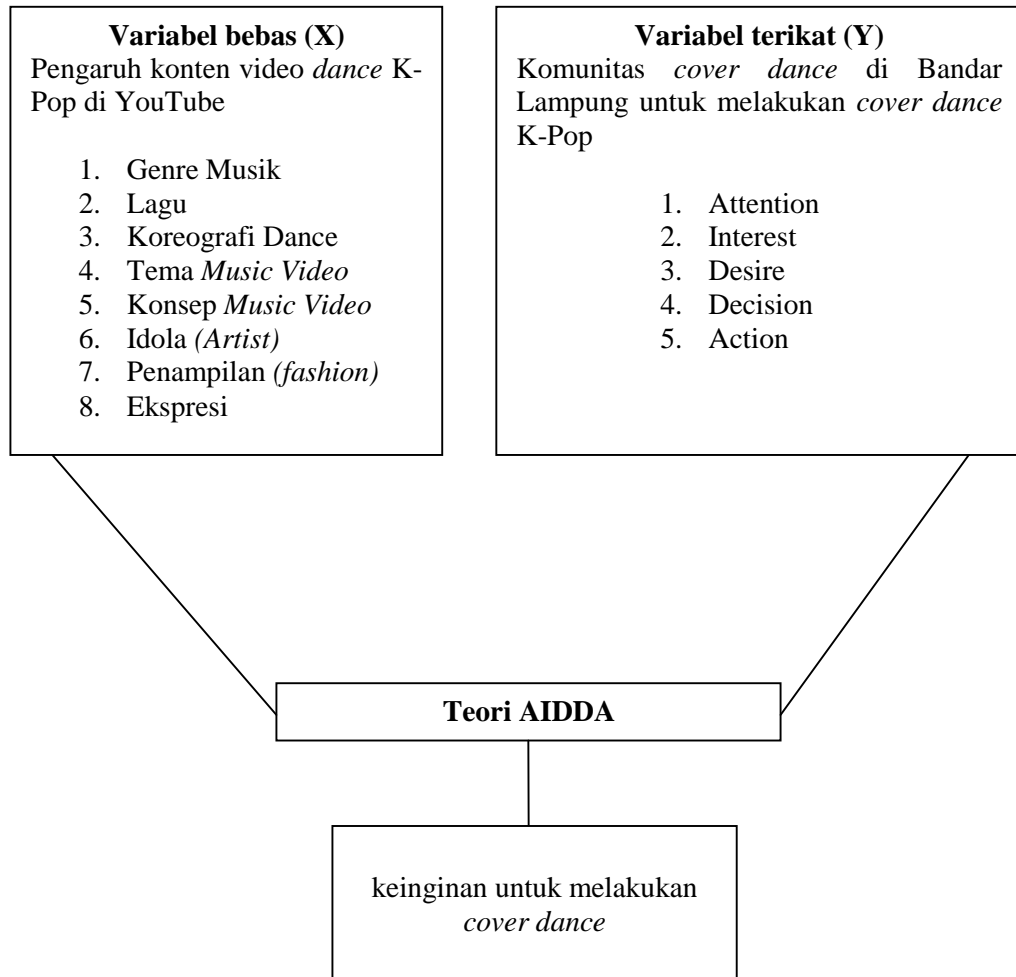
#### 2.4. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir memaparkan mengenai dimensi-dimensi kajian utama serta faktor-faktor kunci yang menjadi pedoman kerja baik dalam menyusun metode, pelaksanaan dilapangan maupun pembahasan hasil penelitian. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian yaitu mengenai pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop.

Di zaman modern seperti sekarang ini perkembangan teknologi sangat berpengaruh terhadap kehidupan. Salah satu hal tersebut dilihat dari adanya media sosial yang menawarkan multimedia, yaitu hasil karya seseorang yang berupa gambar, video maupun desain yang disebar luaskan ke pengguna lainnya. media sosial tersebut salah satu contohnya adalah YouTube. YouTube merupakan salah satu penyedia layanan video dengan berbagai konten terbesar saat ini dan sangat cocok bagi kita yang ingin mencari informasi tanpa harus membaca artikel.

Di Indonesia, konten video YouTube yang paling banyak digemari menurut (smeaker.com pada laman kejadian) adalah musik. Genre musik K-Pop misalnya, K-Pop memiliki posisinya sendiri dalam hati pemirsanya. Oleh karena itu, YouTube dapat dikatakan sebagai salah satu media yang paling membantu dalam kesuksesan penyebaran K-Pop kepada penonton serta mempengaruhi minat remaja untuk melakukan *cover dance* K-Pop setelah menonton video *dance* K-Pop di YouTube. Semakin menarik konten dan banyak video *dance* K-Pop yang disajikan, maka hal tersebut akan semakin besar kemungkinan dalam mempengaruhi minat remaja untuk melakukan *cover dance* K-Pop.

Pada Penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh dari konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap minat remaja untuk melakukan *cover dance* K-Pop. Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Uses and Gratifications*, yang mengansumsikan bahwa khalayak berperan aktif dalam menentukan media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Dan teori new media sebagai teori pendukung, dimana YouTube merupakan produk dari perkembangan media online yang termediasi teknologi yang terdapat dalam komputer digital.

**Bagan 2. Kerangka pikir**

Sumber : olahan peneliti

## 2.5. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentang hubungan dua atau lebih variabel yang masih perlu dibuktikan (diragukan) kebenarannya. Dengan ungkapan lain sebuah pernyataan tentang hubungan dua variabel atau lebih yang bisa benar, bisa salah.

Berdasarkan kerangka pikir tersebut dapat diambil kesimpulan yang merupakan jawaban sementara penelitian sebagai berikut :

- 1) Ho: Tidak ada pengaruh dari konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop.
- 2) Ha: Ada pengaruh dari konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan analisis statistik, bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang disusun dengan data kuantitatif serta membuat ketetapan pengukurannya dengan menggunakan metode statistik sebagai alat ukurnya (Singarimbun,dan Effendi, 2001: 5).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei adalah metode penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data yang pokok (Singarimbun,dan Effendi, 2001: 3).

#### **3.3 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dan orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Pada penelitian telah ditentukan 2 variabel, yaitu variabel bebas atau variabel independen dan variabel terikat atau dependen. Menurut Sugiyono (2011:61)

variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini ada dua variabel penelitian yang digunakan yaitu :

1. Variabel bebas (*Independent Variabel*), biasanya variabel bebas ditandai dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengaruh konten video dance K-Pop di YouTube.
2. Variabel terikat (*Dependent Variabel*), disimbolkan dengan Y. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop.

### **3.4 Definisi Konsep**

Definisi konsep adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun, dan Effendi, 2001 : 121). Berdasarkan definisi tersebut maka definisi konsep penelitian ini adalah:

1. Pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube adalah perubahan yang terjadi dalam diri penontonnya atau *viewers*, karena konten video *dance* K-Pop di YouTube mengacu pada perubahan, peningkatan pengetahuan, serta menimbulkan proses imitasi dance K-Pop oleh remaja untuk melakukan *cover dance*.
2. Komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop adalah perhatian yang muncul dalam diri anggota komunitas *cover*



*dance* untuk melakukan *cover dance*. Hal tersebut muncul akibat dari salah satu dampak dari menonton video *dance* K-Pop di YouTube yang menyajikan beragam jenis dance dan detail gerakan yang jelas. Hal ini menunjukkan bagaimana sebuah konten video *dance* K-Pop di YouTube mampu mempengaruhi pikiran seseorang untuk melakukan *cover dance* yang di sajikan dalam video dance tersebut.

### 3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional memberikan makna pada konstruk atau variabel dengan cara menetapkan aktivitas–aktivitas atau operasi yang di lakukan untuk mengukurnya (Bulaeng, 2004:60). Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur variabel (Singarimbun, 1993:46). Adapun indikator dari definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

**Tabel 2. Definisi Operasional**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Variabel X Konten video <i>dance</i> K-Pop di YouTube.	Jenis (Genre) musik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis (<i>genre</i>) musik menarik.</li> <li>2. Musik dalam video jelas.</li> <li>3. Jenis musik <i>Easy Listening</i>.</li> </ol>	Likert
		Lagu dalam video	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lagu menarik.</li> <li>2. Lirik lagu menarik.</li> <li>3. Arti atau maksud lagu menarik.</li> </ol>	Likert
		Koreografi <i>dance</i> yang disediakan dalam video	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gerak <i>dance</i> (koreografi) menarik.</li> <li>2. Koreaografi rapi.</li> <li>3. Koreaografi keren.</li> <li>4. Koreaografi mudah dipelajari.</li> </ol>	Likert

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Variabel X Konten video <i>dance</i> K-Pop di YouTube.	Konsep yang ditampilkan dalam <i>Music Video</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep video menarik.</li> <li>2. Video dengan konsep imut menarik.</li> <li>3. Video dengan konsep seksi menarik.</li> <li>4. Konsep alur cerita dalam video menarik.</li> </ol>	Likert
		Idola (Artist)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visual yang dimiliki K-Pop <i>idol</i> menarik.</li> <li>2. Idola kesukaan menarik</li> <li>3. Idola dengan <i>body language</i> menarik</li> </ol>	Likert
		Penampilan sang idola atau fashion yang digunakan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Busana yang dikenakan K-Pop idol menarik.</li> <li>2. Busana yang dikenakan K-Pop idol <i>fashionable</i>.</li> <li>3. Fashion yang kenakan keren.</li> <li>4. Aksesoris yang dikenakan menarik.</li> </ol>	Likert
		Ekspresi sang idola saat menampilkan dance dan menyanyikan lagu dalam video	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekpresi wajah saat melakukan penampilan bagus.</li> <li>2. Ekpresi Wajah profesional.</li> </ol>	Likert
2.	Variabel Y Komunitas <i>cover dance</i> di Bandar Lampung untuk melakukan <i>cover dance</i> K-Pop.	<i>Attention</i>  Perhatian ( <i>Attention</i> ) : Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perhatian Khalayak terhadap konten video <i>dance</i> K-Pop di YouTube.</li> <li>2. Perhatian khalayak terhadap visualisasi (tema, konsep, gambar, idola, dsb)</li> </ol>	Likert

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
2.	Variabel Y Komunitas <i>cover dance</i> di Bandar Lampung untuk melakukan <i>cover dance</i> K-Pop.	<i>Attention</i>  Perhatian ( <i>Attention</i> ) : Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.	3. Perhatian khalyak terhadap koreografi dance 4. Perhatian khalayak terhadap tingkat kesulitan <i>dance</i> 5. Perhatian khalyak terhadap jenis dance	Likert
		<i>Interest</i>  Ketertarikan ( <i>Interest</i> ) : Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang suatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen.	1. Ketertarikan khalayak untuk menggunakan YouTube 2. Ketertarikan khalayak terhadap konten-konten video dance K-Pop di YouTube untuk melakukan <i>cover dance</i> 3. Ketertarikan khalayak terhadap jenis musik tertentu dalam melakukan <i>cover dance</i> 4. Ketertarikan khalayak terhadap jenis dance tertentu. 5. Ketertarikan khalayak terhadap koreografi dance 6. Ketertarikan/ Kegemaran khalayak terhadap tema video K-Pop di YouTube 7. Ketertarikan khalayak terhadap idol tertentu untuk melakukan <i>cover dance</i>	Likert

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
2.	Variabel Y Komunitas <i>cover dance</i> di Bandar Lampung untuk melakukan <i>cover dance</i> K-Pop.	<i>Desire</i>  Keinginan ( <i>Desire</i> ) : Kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Keinginan responden untuk melakukan <i>cover dance</i></li> <li>Keinginan khalayak untuk mengetahui lebih dalam tentang K-Pop.</li> <li>Kecenderungan responden untuk mengetahui lebih jauh tentang <i>cover dance</i>.</li> <li>Keinginan responden untuk menggunakan YouTube sebagai sarana memperoleh video K-Pop.</li> </ol>	Likert
		<i>Decision</i>  Keputusan ( <i>Decision</i> ) : Kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Keputusan untuk mencoba menghafal koreografi dance tertentu.</li> <li>Keputusan responden untuk melakukan <i>cover dance</i>.</li> </ol>	Likert
		<i>Action</i>  Tindakan ( <i>Action</i> ) : Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Khalayak Merealisasikan ketertarikan kedalam <i>cover dance</i>.</li> <li>Melakukan <i>cover dance</i> secara terus menerus</li> <li>Merealisasikan <i>cover dance</i> dalam bentuk video.</li> <li>Menyalurkan kreatifitasnya dengan mengupload video <i>cover dance</i> keYouTube.</li> <li>Menyalurkan kreatifitasnya dengan mengikuti kompetisi.</li> </ol>	Likert

### 3.6 Populasi dan Sampel

#### 3.6.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga atau kelompok orang yang menjadi sasaran penelitian. Populasi merupakan jumlah keseluruhan objek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk mempelajari dan menarik kesimpulan (Singarimbun, dan Effendi, 2001: 152). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas cover dance di Bandar Lampung. Jumlah anggota komunitas cover dance di Bandar Lampung adalah 191 anggota. terdiri dari 5 komunitas besar (*Agency*) dan 2 komunitas independen.

**Tabel 3. Populasi Penelitian**

No	Klasifikasi	Nama Komunitas	Jumlah Anggota
1	<i>Agency</i>	Adorable Team	9 Orang
		DMC Project	58 Orang
		Eclipse Kingdom	19 Orang
		Fhrythm	39 Orang
		Poseidon	22 Orang
2	<i>Independent</i>	Girls Invation	18 Orang
		SGKC	26 Orang
Jumlah			191 Orang

(Sumber : Olahan Peneliti, 2017)

### 3.6.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti (Arikunto 2002: 106). Pada umumnya kita tidak bisa mengadakan penelitian kepada seluruh anggota dari suatu populasi karena terlalu banyak. Teknik sampling berguna agar:

1. Mereduksi anggota populasi menjadi anggota sampel yang mewakili populasinya (representatif), sehingga kesimpulan terhadap populasi dapat dipertanggung jawabkan.
2. Lebih teliti menghitung yang sedikit daripada yang banyak, dan
3. Menghemat waktu, tenaga, dan biaya.

Anggota komunitas *cover dance* di Bandar Lampung yang dijadikan populasi penelitian berjumlah 191 orang responden. maka untuk menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus perhitungan Taro Yamane. Berikut ini adalah rumus untuk menentukan besarnya sampel :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan : n = Sampel

N = Populasi

d = Taraf nyata atau Kesalahan error sebesar 0,10 (10%)

1 = Bilangan Konstant

Apabila sampel error sebesar 10% maka besar sampel penelitian ini adalah :

$$n = \frac{191}{191(0,10)^2 + 1} = \frac{191}{2,91} = 65,6357388316 \text{ atau sebanyak } 66 \text{ Orang}$$

Maka sampel yang akan diteliti oleh penulis sebanyak 66 responden dari anggota komunitas *cover dance* di Bandar Lampung.

### 3.6.3 Teknik Penarikan Sampel

Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan tipe penarikan sampel dalam jenis *Probability Sampling (Random Sample)* dengan teknik sampel acak berstrata (*Stratified Random Sampling*). Sebuah sampel yang diambil berdasarkan tingkatan tertentu. Teknik *Stratified Random Sampling* dapat digunakan dalam penelitian ini karena proses pengacakan diambil dari masing-masing kelompok yang menjadi responden penelitian. Sebelum Peneliti merandom/mengacak jumlah populasi yang akan di jadikan sampel, peneliti terlebih dahulu mengambil jumlah proposional setiap komunitas agar jumlah sampel yang di random representative jumlahnya. Berikut tabel proposional setiap komunitas :

**Tabel 4. Tabel Proposional**

No	Komunitas	Jumlah Anggota	Jumlah Anggota yang Menjadi Responden
1	Adorable Academy	9 orang	$\frac{9}{191} \times 66 = 3$ orang
2	DMC Project	58 orang	$\frac{58}{191} \times 66 = 20$ orang
3	Eclipse Kingdom	19 orang	$\frac{19}{191} \times 66 = 7$ orang
4	Fhrythm	39 orang	$\frac{39}{191} \times 66 = 13$ orang
5	Girls Invation	18 orang	$\frac{18}{191} \times 66 = 6$ orang
6	Poseidon	22 orang	$\frac{22}{191} \times 66 = 8$ orang
7	SGKC	26 orang	$\frac{26}{191} \times 66 = 9$ orang
Jumlah anggota		191 orang	66 orang

(Sumber : Olahan Peneliti, 2017)

### 3.7 Sumber Data

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian berupa hasil penyebaran kuisisioner kepada anggota komunitas *cover dance* di Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari hasil studi dokumentasi yang diperoleh di lokasi penelitian, serta literatur-literatur yang berkaitan.

### 3.8 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu cara yang dipergunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan melalui buku, majalah, serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai data sekunder.
2. Kuisisioner ditujukan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian (Singarimbun, dan Effendi, 2001: 175). Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada responden. Untuk mengumpulkan data primer, dengan memberikan kuisisioner kepada anggota komunitas *cover dance* di Bandar Lampung dan menyediakan alternatif jawaban.
3. Dokumentasi, Teknik dokumentasi maksudnya adalah cara pengumpulan data yang diperoleh dari catatan (data) yang telah tersedia atau telah dibuat oleh pihak lain. Misalnya, catatan jumlah penduduk di suatu daerah,



catatan suatu organisasi, dan juga berupa foto, gambar, serta dokumentasi lainnya selama proses teknik pengumpulan data, untuk memperkuat data penelitian.

### **3.9 Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi :

1. *Editing*, adalah kegiatan memeriksa data yang terkumpul dan memeriksa kelengkapan data hasil penelitian yang di peroleh di lapangan.
2. *Koding*, adalah mengkode data dengan cara memberi kode-kode tertentu pada jawaban siswa pada kuesioner untuk dilakukan pengolahan data.
3. *Tabulating*, adalah menyusun data kedalam bentuk tabel yang telah di proses dan disusun kedalam suatu pola tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian yang telah di buat.

### **3.10 Skala Data dan Penentuan Skor**

Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi dari individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini disebut variabel penelitian yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti. Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain : sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju ; selalu, sering, kadang-kadang, tidak pernah (Sugiyono, 2012: 136-138).

Instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk centang (checklist) ataupun pilihan ganda. Untuk analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor. Jawaban positif diberi nilai terbesar hingga jawaban negatif diberi nilai negatif (Sugiyono, 2012:139). Setiap pertanyaan dalam kuesioner akan diberi lima alternatif jawaban yaitu A, B, C, D, dan E dengan skor jawaban menggunakan ukuran interval. Penentuan skor untuk masing–masing alternatif jawaban (Arikunto, 2002:185) adalah sebagai berikut:

1. Jawaban A diberi skor 5 (lima) = Sangat Tinggi
2. Jawaban B diberi skor 4 (empat) = Tinggi
3. Jawaban C diberi skor 3 (tiga) = Sedang
4. Jawaban D diberi skor 2 (dua) = Rendah
5. Jawaban E diberi skor 1 (satu) = Sangat Rendah

### 3.11 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 1998:160). Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Untuk mengukur validitas angket dalam penelitian ini digunakan rumus Korelasi *Product Moment*:

Rumus korelasi *product moment* (Arikunto, 2002 : 160)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- $r$  = Nilai validitas
- $XY$  = Hasil perkalian antara variabel X (pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube) dan Y (minat remaja untuk melakukan *cover dance*)
- $X$  = Hasil skor angket variabel X (pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube)
- $Y$  = Hasil skor angket variabel Y (minat remaja untuk melakukan *cover dance*)
- $X^2$  = Hasil perkalian kuadrat dari hasil angket variabel X
- $Y^2$  = Hasil perkalian kuadrat dari hasil angket variabel Y
- $N$  = Besarnya sampel

Sedangkan untuk mencari reliabilitas keseluruhan item adalah dengan mengoreksi angka korelasi yang diperoleh menggunakan rumus Koefisien Alfa (*CronBach*) yaitu:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma_t^2} \right]$$

Keterangan

$\alpha$  : Nilai realibilitas

$k$  : Jumlah item pertanyaan

$\sigma_i^2$  : Nilai varian masing-masing item

$\sigma_t^2$  : Nilai varian total

(Arikunto, 1998: 93)

Setelah hasil nilai Koefisien Alfa (*CronBach*) didapatkan maka nilai tersebut dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai  $r$ . Jika nilai Alfa lebih kecil dari angka kritik tabel korelasi nilai  $r$  maka pertanyaan tersebut tidak reliabel. Sebaliknya

Jika nilai hitung korelasi *product moment* lebih besar dari angka kritik tabel korelasi nilai r maka pertanyaan tersebut reliabel.

### 3.12 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh konten video dance *K-Pop* di YouTube terhadap minat remaja untuk melakukan *cover dance K-Pop*, maka teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan rumus regresi linear sederhana, yakni regresi dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya 2.

Bentuk persamaannya :  $Y = a + bx$

Keterangan:

Y= nilai variabel bebas yang diramalkan

a= konstanta

b= koefisien regresi dari x

x= nilai variabel terikat yang diramalkan

Sedangkan untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut:

a. Dicari dengan rumus

$$a = \left( \bar{y} \right) - \frac{\left( \bar{x} \right) \left( \sum xy \right)}{n \left( \bar{x}^2 \right) - \left( \bar{x} \right)^2}$$

b. Dicari dengan rumus:

$$b = \frac{\sum xy - \left( \bar{x} \right) \left( \sum y \right)}{n \left( \bar{x}^2 \right) - \left( \bar{x} \right)^2}$$

Keterangan:  $y$  = jumlah skor dari variabel terikat

$x$  = jumlah skor dari variabel bebas

$n$  = jumlah sampel.

(Arikunto, 2002 :167)

### 3.13 Pengujian Hipotesis

Menurut Hasan (2010:54), “pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis ini”. Hipotesis merupakan bagian penting dalam suatu penelitian, karena dengan adanya hipotesis, penelitian menjadi lebih terarah. Hipotesis dapat dijadikan sebagai petunjuk ke arah penyelidikan lebih lanjut. Oleh karena itu, hipotesis harus di uji kebenarannya melalui uji statistik. Hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini adalah ada atau tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan dari konten video *dance* K-Pop di YouTube (variabel X) sebagai variabel bebas dengan komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop (variabel Y) sebagai variabel terikat. Untuk menguji hipotesis tersebut maka data yang diperoleh, di analisis dengan rumus uji F.

Menurut sugiyono (2008:264) uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Sehingga dengan uji F ini dapat diketahui apakah model regresi linear yang digunakan sudah tepat atau belum. Sengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2/n - k - 1)}$$

Keterangan :

F = F hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan F tabel

$R^2$  = Korelasi parsial yang ditemukan

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel bebas

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan pengujian yaitu dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada taraf signifikan 5%. Kriteria pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Bila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  dengan signifikan 5% maka koefisien regresi signifikan, berarti hipotesis diterima.
2. Bila  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  dengan taraf signifikan 5% maka koefisien regresi tidak signifikan, berarti hipotesis ditolak.

## IV. GAMBARAN UMUM PENELITIAN

### 4.1 Gambaran Umum Komunitas Cover Dance di Bandar Lampung

*Cover dance* merupakan upaya seseorang atau kelompok untuk meniru gerakan koreografi, kostum, dan *make up* yang semirip mungkin dengan seseorang atau grup tertentu untuk berbagai kepentingan peniru. Saat ini sudah banyak komunitas *cover dance* yang bermunculan di Bandar Lampung diantaranya Adorbale Academy, DMC Project, Eclipse Kingdom, FRHYTHM, Girls Invasion, Poseidon, dan SGKC. Berikut penjelasan mengenai masing-masing komunitas :

#### 4.1.1 Komunitas Adorable Academy

Adorable Academy yang dibentuk pada 19 maret 2017 ini merupakan kelompok *cover dance* di Bandar Lampung yang bersifat *independent*, yakni yang tidak terikat seperti komunitas besar. Dikarenakan anggota Adorable Academy masih tergolong sedikit yang berjumlah 9 orang namun angka tersebut akan bertambah seiring berjalannya waktu. Adorable Academy dibentuk dengan tujuan untuk menyalurkan bakat yang terpendam agar menghasilkan prestasi serta memperluas jaringan pertemanan. Adapun struktur organisasi dari Adorable Academy sebagai berikut :



**Gambar 10. Adorable Academy**

Ketua Umum : Anie Amalia

Anggota : Rosmanita, Dewi Novia Putri, Esti pratiwi, Ana Safitri, Mardalina Ulfah, Bella Ecky safitri, Sally Monica, Attiyah, Desi yulian.

Sejauh ini Adorable Academy belum pernah memperoleh keberuntungan untuk memenangkan ajang perlombaan *cover dance*. Walaupun demikian mereka telah banyak mengcover grup K-Pop seperti Blackpink, 4minute, Miss A, Girls Next Door, Red velvet, dan lain sebagainya.

#### **4.1.2 Komunitas DMC Project**

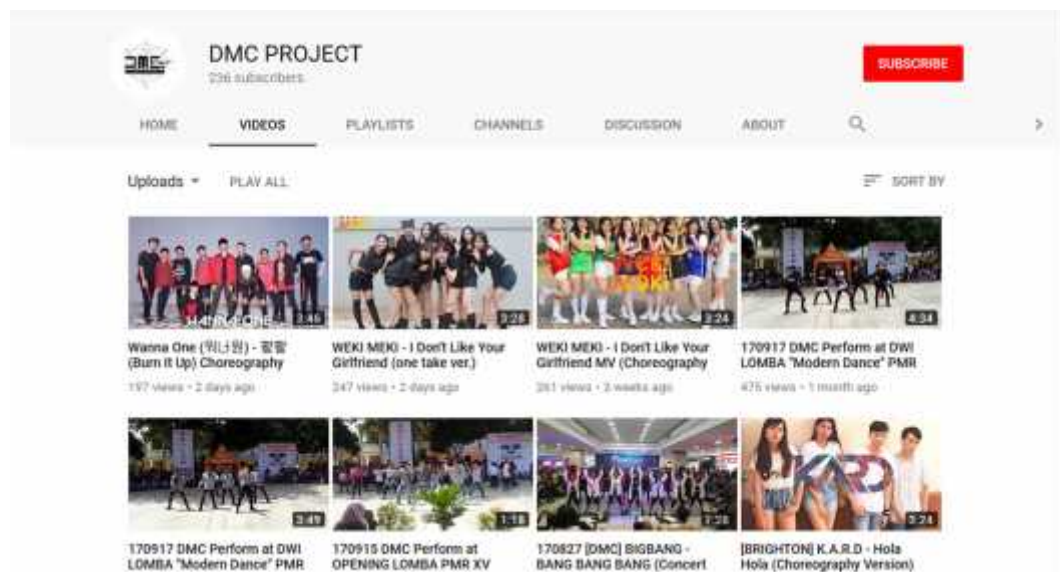
DMC Project atau singkatan dari *Different Make Complete Project* merupakan komunitas *cover dance* dengan anggota terbanyak di Bandar Lampung yakni berjumlah 58 anggota didirikan pada 13 september 2014. Dmc Project memiliki banyak *group cover* yang dinaungi tetapi karena kesibukan masing-masing anggota saat ini yang sedang aktif berkisar 20-an orang yang dibagi menjadi dua *team*. DMC Project sudah banyak memperoleh kemenangan diajang perlombaan *cover dance* yang berbeda yakni, berkisar 32 kali kemenangan.





**Gambar 11. Logo DMC Project**

Selain mengikuti ajang perlombaan di Bandar Lampung, DMC Project juga pernah mengirimkan perwakilannya untuk mengikuti kompetisi cover dance dikota Jakarta, walaupun belum berhasil meraih kemenangan tetapi pengalaman yang didapat kansangat luar biasa. Selain mengikuti perlombaan *cover dance*, grup *cover* yang ada di DMC Project sering mengunggah hasil *cover* ke YouTube *channel* DMC Project.



**Gambar 12. Channel YouTube DMC Project**



**Gambar 13. Piala Penghargaan yang diperoleh DMC Project**

Adapun struktur organisasi DMC Project sebagai berikut :

Ketua Umum (Owner) : Bella Ayuma

Manager : Denisa Balqis dan Yanu Aro Pm

Anggota : Hadi Saputra, Novendra Mahardhika, Syafa Ramadhani Harja, Rizka Meidiantika Rachmy, Syafa Haurina Ainin, Mita Dwifitria R, Tri Mustika Rini, Ayu Aliffa Ramadhanti, Galuh Adjeng Retno Pramesti, Ricky Fahrezy, Keni Setiawan, Bram Satria D, Aby Davin Kesuma, Rigo Sulthan Elhawaly, M. Zidane Akbar, Ali Mursid, Adelia putri L, Taufik, Retha Priska Divanza, Rini, Yogi Anan Marpaung, Manda S, Safira Anum, Agita Rahma, Tre Zhani Malikian, Muhammad Nevlin, Darryl Fabian Nauffal, Asnan Amirul, Marcelyn, Lala Olicia, Lulu Olivia, Sinta Murnia S, Hikmah Justiti Adiaستی, Febriza Eka Putri, Nurul Azizah, Puja Jihan Amir, Tri Mustika Rini, Rizky Putri Dwi Yanti, Fatmawati Eka Putri, Monica Arista, Halwa Othaviana, Joyyi Batin, Alifa Ratri Fatiha, Anna Fajriana, Kenanga Sari, Yuni D, Novita sari, Rimanda, Alfina Damayanti, Citra Nirmala Sari, Jordy, Nabila Yussi, Caca, Reindika Abdurrohman, Gamal Qodri Zanela, M Ardy Yusuf, Felix Barthes, Pathan, Natasya Salsabilla.

### 4.1.3 Komunitas Eclipse Kingdom



**Gambar 14. Eclipse Kingdom**

Eclipse Kingdom merupakan salah satu komunitas *cover dance* yang berasal dari Bandar Lampung yang didirikan pada 14 Februari 2016. Saat ini Eclipse Kingdom hanya memiliki anggota sebanyak 19 orang, dikarenakan kesibukan lain dari masing-masing anggota mengakibatkan berkurangnya jumlah anggota dibandingkan sebelumnya. Eclipse Kingdom menaungi banyak group didalamnya diantaranya bernama Destined Eclipse, F.O.S Eclipse, Zetta Eclipse, Jester Eclipse, dan ALA Eclipse. Adapun struktur organisasi Eclipse Kingdom sebagai berikut :

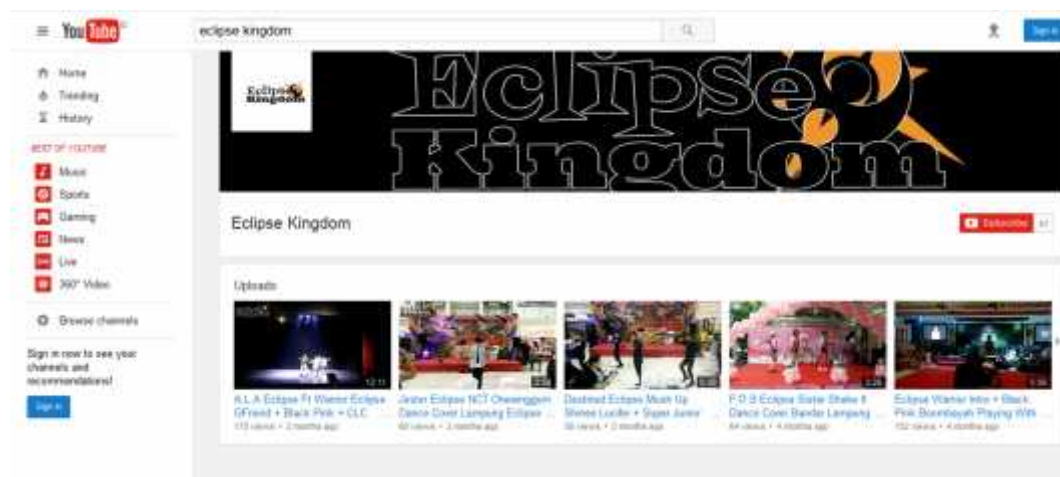
Ketua Umum : Idho Lavskiy

Anggota : Ical, Fabi Yolanda, Nadya Monica, Ni Made Yuliarti, Karina Mutiara Hati Sesunan, Siska Mutiara Deska, Deka, Ricky Asmi Pratama, Lidiyana Maurer, Tri Wulandari Anisa, Niluh Asmara, Yuridhani Rahman, Heni Lisva, Kartika, Mahda Raharja, Tri Lestari, Yusuf Iskandar, Aidil Akbar.



**Gambar 15. Logo Eclipse Kingdom**

Selama terbentuk dan mengikuti berbagai ajang perlombaan *cover dance*, komunitas *cover dance* dengan nama Eclipse Kingdom ini sudah banyak meraih kemenangan diberbagai ajang perlombaan yang diadakan di Bandar Lampung. Bahkan mereka sering memperoleh juara pertama diberbagai perlombaan *cover dance*. Selain mengikuti perlombaan Eclipse Kingdom juga sering mengunggah video hasil *mengcover* ke channel YouTube Eclipse Kingdom.



**Gambar 16. Channel YouTube Eclipse Kingdom**

#### 4.1.4 Komunitas FRHYTHM

FRHYTHM (dibaca fridem) merupakan singkatan dari Freedom Rhythm yang memiliki makna irama yang bebas. Sesuai sloganya, FRHYTHM memiliki tujuan bagi siapapun untuk bebas dalam mengekspresikan diri melalui *cover dance*, menyalurkan bakat dan minat para pecinta *dance* sekaligus penggemar K-Pop, serta memperluas jaringan pertemanan. Salah satu komunitas *cover dance* paling lama dari Bandar Lampung ini dibentuk pada 14 November 2015.



**Gambar 17. Logo FRHYTHM**

Komunitas yang beranggotakan 39 orang ini tak kalah dengan komunitas lainnya, FRHYTHM pun sering mendapatkan juara dalam ajang perlombaan yang diadakan di kota Bandar Lampung. Sejauh ini FRHYTHM sudah pernah meraih juara sebanyak kurang lebih 20 kali. Grup *cover* yang dinaungi oleh FRHYTHM diantaranya Black Rhythm, Frhythm Boys, Frhythm Girls, dan Spade As. Sama seperti komunitas *cover dance* lainnya, para grup *cover* di FRHYTHM juga gemar mengunggah video hasil *cover* ke channel YouTube FRHYTHM. Adapun struktur organisasi FRHYTHM sebagai berikut :

Ketua Umum : Teungku Bagus Putra

Wakil Ketua/ Bendahara : Desi Ratna Sari

Manager : Patricia

Anggota : Dina Sekty Pratiwi, Aulia Puti Yuliansari, Dwi Aviani, Noza Anugrah, Amir, Alica Aprilia Fandini, Risa Rivita Ar Rif'at, Chairunissa Rahmadina Syahputri, Ilmalia Septiyana, Navila, Titania Tifany Putri, Chiryu, Putri Ayu Nabilla, Musas, Vera Elita, Yuli Setio Wati, Restu Ayu Kartini, Mita Afrilia, Naura Diva Ratasya, Indah Putri Lestari, Yhulius, Helina Apriyani, Eva Christy, Urfina Frizka, Aulia Maharani, Hasan, Alfandi, Addy Pratama, Tri Yuliana Putri, Metta Nidya Adhanisa, Syafa Aurelya Putri, Yelly Agesti, Jihan, Agata, Ratna Aprilia, Jefin.



**Gambar 18. FRHYTHM**



**Gambar 19. Channel YouTube FRHYTHM**

#### 4.1.5 Komunitas Girls Invasion

Girls Invasion atau yang sering disapa GI merupakan komunitas *cover dance* di Bandar Lampung yang bersifat *Independent* dikarenakan jumlah anggota yang tidak terlalu banyak yakni hanya 18 orang. Komunitas yang dibentuk pada 12 Desember tahun 2012 ini sedikit berbeda dengan komunitas lainnya yakni anggota didalamnya hanya ada perempuan. Karena semua anggotanya adalah perempuan maka hal tersebutlah yang mendasari nama dari komunitas ini yaitu Girls Invasion, tetapi mereka tidak hanya meng*cover* group idola wanita namun juga group idola pria. GI sudah banyak meng*cover* grup idola K-Pop seperti Monsta X, Laboum, WJSN, SNSD, Twice, dan lain sebagainya.



**Gambar 20. Logo Girls Invasion**

Tujuan dibentuknya komunitas ini pada awalnya yaitu hanya sekedar antar teman yang sama-sama gemar *cover dance* dan kemudian terbentuklah GI, serta saat ini sudah banyak penerus yang tetap membawa nama Girls Invasion ke berbagai ajang perlombaan *cover dance*. Selama melebarkan sayapnya GI sudah cukup banyak meraih penghargaan dari berbagai ajang perlombaan *cover dance* baik di kota Bandar Lampung maupun diluar kota. Sejauh ini GI telah memperoleh kemenangan sebanyak kurang lebih 10 kali. Sama seperti komunitas lainnya juga



GI gemar mengunggah video hasil *mengcover* ke channel YouTube Girls Invasion. Adapun struktur organisasi Girls Invasion sebagai berikut :

Ketua Umum : Meita Way Yarista

Dewan Penasehat : Mega Laelatu Syifa

Bendahara : Asyiva

Anggota : Nabila Melina, Febrisha Amanda, Dara, Khansa Ranbia

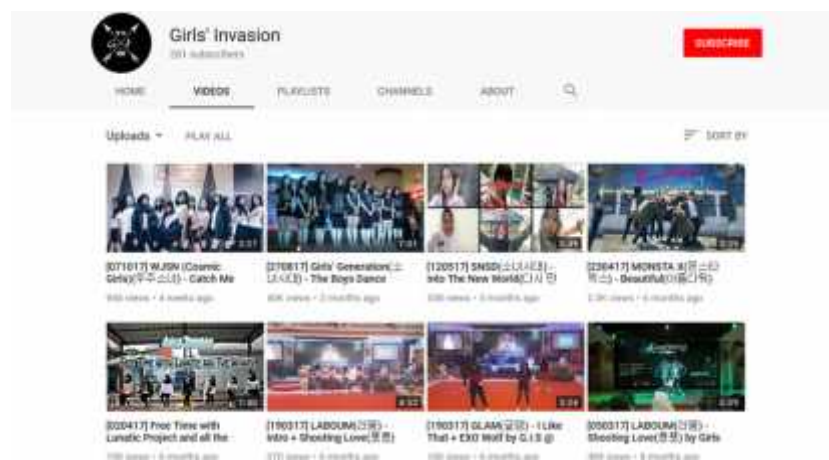
Audrey, Yulia Andini, Anggun Pratiwi, Devi Liana, Desi Apriliyanti, Tina

Widyanti, Ayu Permata Sari, Shofiya Rahma, Kirana Sugiantoro, Diva, Nova

Wahyuni Yusuf, Yosi Hidayani.



**Gambar 21. Girls Invasion**



**Gambar 22. Channel YouTube Girls Invasion**



#### 4.1.6 Komunitas Poseidon

Poseidon merupakan komunitas *cover dance* di kota Bandar Lampung yang terbentuk pada 6 juli 2017. Pada awal terbentuk komunitas ini hanya menaungi 2 *team cover dance* didalamnya yang masing-masing terdiri dari 6 orang anggota, walaupun tergolong baru tetapi saat ini poseidon sudah memiliki banyak anggota didalamnya yang berjumlah 22 orang. Adapun struktur organisasi dari poseidon sebagai berikut :

Owner / Pendi	: Andy Putra Junan
Ketua Umum Poseidon	: Rahadian
Sekretaris/ Bendahara	: Cyntia
Coach/ Pelatih	: Jimmy Martin
Leader Team 1	: Rifo Sulthan
Leader Team 2	: Reynaldy Novriansyah
Leader Team 3	: Angela
Leader Team 4	: Febty Gabriela
Leader Team 5	: Bayu Ramadhan
Anggota	: Jecki Ramadan, Sandika, M. Aqsa Rameisa Hidayat, Agung Perdaan Putra R, Khansa Jovita, Restu Sukma Affia, Hose Arafendo Yohanes, Kusyadi, Abadi Emil, Kaka Cipta Firmansyah, Restra.



**Gambar 23. Logo Poseidon**

Tujuan dibentuknya poseidon adalah untuk menaungi orang-orang yang ingin menyalurkan bakatnya dengan melakukan *cover dance*, memperbanyak teman, berbagi ilmu, serta membuka jaringan. Poseidon lebih memfokuskan pada pengaplikasian *cover dance* dalam bentuk video klip dan mengunggahnya ke *channel* YouTube Poseison dibandingkan dengan mengikuti ajang kompetisi, hal tersebut dikarenakan perlombaan *cover dance* di Bandar Lampung saat ini sedang tidak banyak. Namun mereka memiliki rencana untuk mengikuti ajang perlombaan *cover dance* di luar kota seperti dikota jakarta atau bandung. Sistem yang dimiliki poseidon yaitu, mereka akan memilih orang-orang yang dianggap pantas dari ke 5 tim yang ada di Poseidon untuk masuk ke tim utama sebagai perwakilan untuk mengikuti ajang perlombaan di luar kota Bandar Lampung.



**Gambar 24. Poseidon**

Masing-masing individu akan diseleksi sesuai dengan kemampuannya, kesungguhannya, ketepatannya dalam membayar uang khas. Orang-orang yang akan menjadi perwakilan untuk lomba ke jakarta atau bandung tersebut akan dipilih langsung oleh manajemen poseidon. Sejauh ini Poseidon baru memperoleh kemenangan 1 kali dalam perlombaan *cover dance*, yang di menangkan oleh *team*

2 dengan memperoleh juara 2 dalam acara yang diselenggarakan oleh Lunatic. Masing-masing tim dari kelima tim yang ada nantinya akan dibuatkan video dan diunggah ke YouTube serta akan mengikuti ajang perlombaan dalam waktu dekat.



**Gambar 25. Channel YouTube Poseidon**

#### 4.1.7 Komunitas SGKC

SGKC (*Sparkly Grace K-Club*) merupakan komunitas *cover dance* di kota Bandar Lampung yang terbentuk pada 10 Januari 2016. SGKC diketuai Ahmat Ilham Santoso dengan anggota yang berjumlah 26 orang. Tujuan dari terbentuknya komunitas ini adalah untuk mengembangkan minat dan bakat di bidang *cover dance* serta *cover sing* K-Pop. SGKC memiliki 5 team yang dinaungi.



**Gambar 26. Logo SGKC**



**Gambar 27. Sparkly Grace K-Club**

sejauh ini mereka sudah banyak mengcover group K-Pop seperti CLC, Shinee, Got7, IOI, Twice, The ark, dan lain sebagainya. Sehingga SGKC tergolong komunitas dengan grup cover yang fleksibel, yang artinya mereka tidak hanya mengcover satu grup idola secara terus menerus namun berganti-ganti sesuai minta mereka. Selama mengikuti ajang perlombaan *cover dance*, SGKC sudah pernah meraih 2 kali kemenangan yakni pada perlombaan *cover dance* yang diadakan oleh Indomart dengan meraih juara 2 dan lomba yang diadakan oleh Lunatic project 1 dengan meraih *best female dance*. Adapun struktur organisasi dari SGKC sebagai berikut :

Ketua Umum : Ahmat Ilham Santoso

Anggota : Tania Nabila, Melodi, Arneta Putri, Shelomitha, Desy Anggraini, Meidi Ardana Putra, Asna Amirul, Meisya Ginting, Afrida, Tania Nabila, Ahmat Ilham Santoso, Odi Bangun Pangestu, Nabila Insyira, Dita Anggraini, Anisa Pus Anggraini, Syafarasi, Devita Sirait, Dwi Adelia, Nolva Delia, Muhammad Basit, Luther Stephanzo, Sebastian Sianturi, Ariani Nabila Syifa, Larast Khairunisa, Laura Zaskya.

## 4.2 Gambaran Umum Konten Video Dance K-Pop di YouTube

YouTube merupakan salah satu media berbasis internet yang mampu menampilkan gambar beserta dengan suara (audiovisual). Pendiri situs web YouTube merupakan 3 orang mantan karyawan Paypal yang bernama Chad Hurley, Steven Chen dan Jawed Karim. Asal mula pembuatan situs web ini dilatar belakangi oleh keinginan Chad Hurley dan Steven Chen yang ingin memperlihatkan video pesta makan malam kepada Jawed Karim yang tidak bisa hadir. Maka, muncullah ide bagaimana cara untuk membagikan video dengan mudah (<http://kumpulan.info/tech/internet/514-youtube.html> diakses pada 5 November 2017 pukul 17.56 WIB)

Dalam prakteknya, situs ini menggunakan teknologi *Adobe Flash Video* dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan. Kebanyakan konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan YouTube. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi 40 konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih. Berikut ini adalah logo dari YouTube :

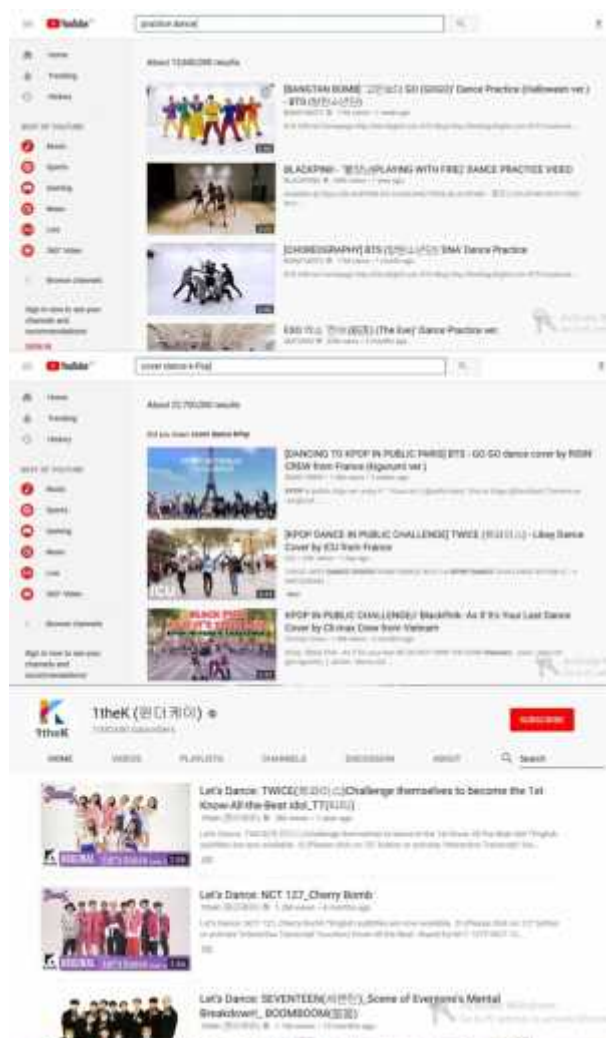


**Gambar 28. Logo YouTube**

Sebagai satu media sosial yang semakin dikenali, YouTube membolehkan pengguna menyiarkan dan memberikan tag kepada video, menonton video yang disiarkan oleh orang lain, dan menyiarkan komentar dalam bentuk perbincangan. YouTube bisa dihubungkan dengan aplikasi blog lain, dan ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membuat blog mengenai sesuatu video dan menyertakan tautan kepadanya. Pengguna bisa membaca profil seseorang yang menyiarkan atau memberikan komentar kepada sesuatu video, menonton video kegemaran mereka dan menghubungi orang tersebut.

Salah satu syarat untuk dapat mengunggah video ke dalam situs YouTube adalah dengan memiliki akun Google. Dengan memilikinya, masyarakat dapat dengan mudah untuk mengunggah video. Jika video yang *diupload* tersebut menarik, maka makin banyak orang yang menonton dan video tersebut akan menjadi *trend* di YouTube. Video yang diunggah tersebut akan masuk dan menjadi isi atau sumber informasi yang ada di YouTube, isi atau informasi tersebut diistilahkan sebagai konten media.

Konten media merupakan berbagai bentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, *file* audio, dan lain sebagainya. Konten di YouTube berupa video dengan berbagai *genre* yang dibuat oleh pengguna layanan online lewat situs media *online*. Video tersebut dibuat dengan tujuan untuk disampaikan kepada khalayak melalui media yaitu media *online* YouTube. Salah satu konten yang ada di YouTube dan menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini adalah konten mengenai video dance K-Pop di YouTube. Dimana YouTube menyediakan berbagai macam video yang berkaitan dengan hal tersebut.



Gambar 29. Konten-Konten Dance K-Pop di YouTube

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang telah dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 66 responden mengenai pengaruh konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop berpengaruh dan besarnya pengaruh tersebut sebesar 14,4%. Sementara sisanya yaitu 85,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi bagian dalam penelitian ini. Faktor lain bisa seperti memperoleh video-video mengenai *dance* K-Pop dari media online lainnya ataupun dengan mengunduh video secara langsung agar lebih mudah mengakses tanpa bantuan internet.
2. Derajat keeratan atau tingkat hubungan antara variabel X yaitu konten video *dance* K-Pop di YouTube terhadap komunitas *cover dance* di Bandar Lampung untuk melakukan *cover dance* K-Pop berada pada kategori rendah. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan nilai korelasi antara variabel konten video *dance* K-Pop di YouTube sebesar 0,379 yang masuk pada rentang 0,20-0,399 dan masuk pada kategori rendah.



## 6.2 Saran

Dari hasil kesimpulan penelitian, maka dapat dirangkum beberapa saran yang dapat dijadikan pegangan untuk melakukan perbaikan terhadap hal-hal yang dianalisis dalam penelitian ini, berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan :

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya bukan hanya konten di YouTube saja yang dapat diteliti tetapi konten-konten dari media online lainnya pun dapat dilakukan penelitian selanjutnya.
2. Bagi anggota komunitas *cover dance* di Bandar Lampung, dalam rangka meningkatkan kualitas diri hendaknya lebih meningkatkan minatnya untuk mengasah kemampuan *dance* dengan mencoba berbagai jenis *dance* lainnya agar lebih mahir lagi dan dapat menghasilkan kemenangan diajang-ajang perlombaan bergengsi.
3. Bagi YouTube, dalam menyediakan informasi berupa video diharapkan semakin bervariasi kedepannya dan juga memberikan kemudahan bagi penggunaanya dalam memperoleh informasi berupa video sehingga pengguna dapat lebih tertarik untuk menggunakan YouTube.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian yang lebih mendalam, komprehensif dan dengan cakupan objek penelitian yang lebih luas, sehingga pengabdian keilmuan yang dilakukan akan lebih memiliki pengaruh yang lebih besar untuk masyarakat luas.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Adi, Tri Nugroho. 2016. *Penelitian Uses and Gratification*. Purwokerto: Universitas Soedirman.
- Alex, Sobur. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung : Pustaka Setia
- Ardianto, Karlinah dan Komala. 2009. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- . 1992. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta [cet: VIII hl: 206]
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- Burton, Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Chaplin, J P. 2005. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : Rajawali Pres.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Remaja. Rosdakarya. Bandung.
- . 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Hurlock, Elisabeth B. 1999. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Penerbit Erlangga.
- Iqbal Hasan. 2010. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kamus Istilah Komputer untuk Orang Awam. 2009. Palembang Maxikom.
- Morrisan, M.A. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.

- Nana Sudjana. 2003. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung: Tarsito.
- Santoso, Edi, Mike Setiansih. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Graham Ilmu.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (buku 2 edisi keempat)*. Jakarta : Salemba empat.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2001. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan RnD*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan RnD*. Bandung : Alfabeta
- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan RnD*. Bandung : Alfabeta

#### **Internet :**

- <http://asiangrup.com/youtube-umumkan-mv-k-pop-yang-paling-banyak-di-tonton/> artikel 22 desember 2016 diakses pada tanggal 19 Maret 2017 pukul 19.25 WIB
- <http://kumpulan.info/tech/internet/514-youtube.html> diakses pada 5 November 2017 pukul 17.56 WIB
- <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20150214143544-185-32127/youtube-dalam-angka-angka/> diakses pada 05 Agustus 2017 pukul 13.28 WIB
- <http://m.dreamers.id/musik/article/24103/youtube-kini-punya-channel-resmi-khusus-musik-k-pop> diakses pada 07 Agustus 2017 pukul 12.41 WIB
- <http://m.youtube.com/playlist> diakses pada 6 juli 2017 pukul 22.38 WIB
- <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>. diakses pada tanggal 04 Maret 2017 pukul 11.34 WIB
- <http://vidstatsx.com> diakses pada 6 juli 2017 pukul 22.13 WIB
- <http://www.alexa.com/topsites/countries/ID> diakses pada 16 juni 2017 pukul 14.32 WIB
- <http://www.beritateknologi.com/youtube-kini-bisa-menerjemahkan-judul-dan-deskripsi-pada-konten-video/> diakses pada 17 april 2017 pukul 20.46 WIB
- <http://www.businessdictionary.com/definition/content.html> diakses pada 11 juli 2017 pukul 15.00 WIB
- <https://www.google.co.id/amp/m.antaranews.com/amp/berita/531544/anak-muda-lebih-percaya-youtube-dibanding-wikipedia/> diakses pada 05 Agustus 2017 pukul 14.16 WIB

- <https://www.klikmania.net/video-paling-banyak-dilihat-di-youtube/> diakses pada 15 juli 2017 pukul 13.43 WIB
- <http://www.slideshare.net/andreyuda/media-daii-budaya-populer>, diakses pada 30 Maret 2016, pukul 17:55 WIB
- [www.digitalunite.com](http://www.digitalunite.com) diakses pada 15 juli 2017 pukul 17.29 WIB

### **Wawancara :**

Prariset wawancara Sesilia Sellyka selaku Admin ELF Lampung pada 5 April 2017 melalui *Direct Massage*.

Prariset wawancara ketua komunitas cover dance di Bandar Lampung pada 13 Mei 2017 melalui media sosial.

### **Skripsi/ Jurnal :**

Ajeng Tristienna. 2013. *Komunikasi Nonverbal Mahasiswa Melalui Kegiatan “Cover Dance” Sebagai Penggemar Aliran Musik K-Pop (Studi Deskriptif Tentang Komunikasi Nonverbal Mahasiswa Melalui Kegiatan “Cover Dance” Sebagai Penggemar Aliran Musik K-pop Dalam Menunjukkan Eksistensi Dirinya di Kota Bandung)*. Universitas Komputer Indonesia : Bandung.

Aritas Puica Sianipar. 2015. *Pemanfaatan Youtube di Kalangan Mahasiswa (Studi Penggunaan Youtube di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU Medan dengan Pendekatan Uses and Gratification)*. Medan : Universitas Sumatera Utara.

Avia Anggraeni Asmoro. 2015. *Pengaruh Penggunaan Internet terhadap Pengetahuan Korean Music Popular (K-POP) di Soulmate Community Kota Samarinda*. Universitas Mulawarman : Samarinda.

Cahya Tunshorin. 2016. *Analisis Resepsi Budaya Populer Korea di Kalangan Dance Cover (Studi pada Eternal Dance Community Yogyakarta)*. Yogyakarta : Univeritas Negeri Sunan Kali Jaga.

Dewi Anjarwati. 2014. *Perilaku Khalayak Menonton Program Komedi Yuk Keep Smile di TRANSTV (Studi Deskriptif di Kelurahan Sungai Pinang dalam Kecamatan Samarinda Utara, Kota Samarinda)*. Universitas Mulawarman : Samarinda.

Maman Suryaman. 2015. *Penggunaan YouTube Sebagai Media Pengajaran Bahasa dan Sastra Indonesia pada kurikulum 2013*. Malang: Universitas Muhammadiyah.

Meilina Rahmadiani. 2014. *Pengaruh film 5cm Terhadap Minat Remaja Wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (Studi Pada Siswa/Siswi SMA Negeri 9 Bandar Lampung)*. Bandar Lampung: Universitas Lampung

M. Irhas Said. 2015. *Terintegrasinya YouTube Sebagai Media Pembelajaran Kedalam Kurikulum Keperawatan*. Universitas Indonesia : Jakarta.

Nurlita Prima Regiati. 2014. *Komunikasi Kelompok dalam Komunitas Berbasis Minat dan Hobi (Studi Etnografi Terhadap Rivalitas dalam Komunitas Dance Cover Korea di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

R Arfina. 2014. *Analisis Perilaku Fanatisme Penggemar Boyband Korea (Studi pada Komunitas Safel Dance Club)*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

Tri Arthi Bagja Koesmayadi. 2013. *Presentasi Diri "Poison" Grup Cross Cover Dance Musik Pop Korea di Kota Bandung (Studi Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri "Poison" Grup Cross Cover Dance Musik Pop Korea di Kota Bandung)*. Univeritas Komputer Indonesia : Bandung.