



PENGARUH TERPAAN KONTEN PADA INSTAGRAM K-POP TERHADAP SIKAP DAN GAYA KOMUNIKASI REMAJA DI KOTA TANGERANG

¹ Aldi; ² Allifia Zahara Ramadhanti; ³ Azzahrah Nur Kholilah; ⁴ Lia Eli Yani, ⁵ Nayla Al-Aufa

¹²³⁴⁵Universitas Islam Syeikh-Yusuf

Email: aldifairuz513@gmail.com

Article Info

Submitted 04 Januari 2026

Revised 26 Maret 2026

Published 31 Maret 2026

ABSTRACT

Fenomena Hallyu atau Gelombang Korea telah berkembang pesat di Indonesia, dipicu oleh perkembangan teknologi audiovisual dan adopsi masif media sosial, di mana Instagram berperan sentral sebagai saluran utama penyebaran konten. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh terpaan konten K-Pop di platform Instagram terhadap dua variabel krusial pada remaja penggemar K-Pop: Perubahan Sikap dan Perilaku Imitasi, yang secara spesifik mencakup dimensi Gaya Komunikasi (gaya berbicara, berpakaian, dan cara menyatakan diri). Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, data dikumpulkan dari sampel remaja penggemar K-Pop di Kota Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terpaan Konten K-Pop di Instagram memiliki pengaruh yang signifikan dan positif, baik secara parsial maupun simultan, terhadap Perubahan Sikap dan Perilaku Imitasi remaja. Temuan ini menegaskan bahwa intensitas paparan budaya populer Korea melalui Instagram melampaui sekadar hiburan, berperan sebagai agen kultivasi yang efektif dalam membentuk orientasi sikap dan mentransmisikan elemen-elemen gaya komunikasi baru. Penelitian ini memberikan kebaruan dengan mengintegrasikan ketiga variabel (terpaan K-Pop, Instagram, dan gaya komunikasi) yang sebelumnya diteliti terpisah, serta menggarisbawahi peran media baru dalam transformasi identitas sosial remaja di lingkungan urban.

Keywords: *K-Pop, Instagram, Terpaan Media, Perubahan Sikap, Perilaku Imitasi, Gaya Komunikasi.*

A. PENDAHULUAN

Era kontemporer ditandai oleh perubahan besar menuju masyarakat yang sepenuhnya berorientasi digital, didorong oleh perkembangan pesat media dan teknologi informasi. Bentuk-bentuk media baru akan terus berevolusi seiring dengan kemajuan menuju era konvergensi, di mana komputasi, komunikasi, dan konten bersatu dalam satu wadah (Zubaidi, 2011). Transformasi ini menjadikan teknologi informasi sebagai unsur penting yang tidak dapat dipisahkan dari pembentukan masyarakat modern (Situmeang, 2021). Dalam perkembangan tersebut, media sosial muncul sebagai kekuatan dominan yang tidak hanya mengubah cara individu memperoleh informasi, tetapi juga memengaruhi cara mereka berinteraksi dan membentuk identitas diri. Di Indonesia, media sosial telah mencapai tingkat popularitas yang tinggi, dengan Instagram menjadi salah satu platform paling berpengaruh. Pada November 2019, jumlah pengguna aktif bulanan Instagram tercatat mencapai 61 juta orang (Kemp, 2020).

Daya tarik utama media sosial terletak pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dasar manusia untuk saling berhubungan dan memperluas jaringan sosial. Motivasi utama seseorang dalam menggunakan media adalah keinginan untuk memperluas jaringan sosial (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Hal ini menjadikan platform seperti Instagram sebagai sarana efektif untuk menyebarkan budaya dan fenomena global, salah satunya adalah *Korean Wave* atau Hallyu. Hallyu telah berkembang menjadi fenomena budaya populer global yang berhasil memikat generasi muda di berbagai negara, termasuk Indonesia. Fenomena ini berpusat pada K-Pop (*Korean Pop*), yaitu musik asal Korea Selatan yang memadukan unsur musik Barat, R&B, dan trot (Kim Cang Nam dalam Yulius, 2013). Gelombang Hallyu mulai dikenal di Indonesia sejak tahun 2002 melalui penayangan drama Korea seperti *Endless Love* di televisi swasta (Ri'aeni, 2019). Keberhasilan ini kemudian membuka jalan bagi produk budaya Korea lainnya, terutama musik K-Pop.

Media memiliki peran penting dalam penyebaran Hallyu. Internet disebut sebagai bentuk media globalisasi yang paling berpengaruh (Simber, 2016). Secara khusus, platform seperti YouTube berperan sebagai sarana utama yang mempercepat penyebaran K-Pop ke seluruh dunia (Fiolitha & Irwansyah, 2020). Namun, K-Pop kini telah berkembang melampaui sekadar genre musik dan berubah menjadi ekosistem budaya yang meliputi fashion, gaya hidup, hingga produk konsumsi. Dampak dari ekosistem budaya ini paling kuat dirasakan oleh kelompok usia remaja, yang merupakan demografi paling reseptif terhadap pengaruh budaya luar.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui konsep “terpaan media” (*media exposure*), yaitu proses di mana audiens secara aktif atau pasif menerima pesan dari berbagai bentuk

komunikasi massa. Terpaan media dapat diukur melalui dimensi frekuensi, durasi, dan atensi (Ardianto et al., 2014). Remaja menjadi kelompok yang paling rentan terhadap terpaan konten K-Pop. Masa remaja merupakan fase transisi penting yang ditandai oleh perubahan fisik, emosional, dan psikologis yang signifikan (Hakim & Fatoni, 2020), sehingga mereka lebih mudah terpengaruh oleh pesan yang disampaikan melalui media. Paparan intensif terhadap konten K-Pop berpotensi menimbulkan perubahan perilaku, salah satunya perilaku imitasi. Perilaku ini tampak dalam kecenderungan remaja meniru gaya berbicara, berpakaian, dan cara mengekspresikan diri seperti idola mereka (Gerungan, 2004 dalam Hakim & Fatoni, 2020). Selain itu, terpaan media juga dapat membentuk gaya hidup baru yang terinspirasi dari budaya K-Pop, mencakup pola aktivitas, minat, dan opini individu (Mowen & Minor, 2002).

Dalam bidang komunikasi, K-Pop juga memunculkan gaya komunikasi khas yang terbentuk dari interaksi antarpenggemar di media sosial. Instagram berperan penting sebagai sarana komunikasi bagi remaja penggemar K-Pop, di mana mereka menggunakan fitur seperti kolom komentar dan Direct Message (DM) untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mempererat hubungan sosial (Roro Irene Ayu C.M & Siahaan, 2022). Komunikasi yang terjalin bersifat dua arah, ekspresif, serta menggunakan bahasa yang santai dan emosional, mencerminkan keakraban di antara anggota fandom. Dengan demikian, gaya komunikasi di Instagram tidak hanya menjadi sarana berbagi informasi, tetapi juga simbol identitas dan solidaritas antaranggota komunitas penggemar (Roro Irene Ayu C.M & Siahaan, 2022). Meskipun fenomena ini telah banyak diamati, penelitian yang secara khusus menelaah pengaruh media sosial tertentu terhadap perubahan sikap dan gaya komunikasi masih terbatas.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang relevan. Studi yang dilakukan oleh Sumampouw (2023) menemukan adanya hubungan positif yang kuat ($r = 0,632$) antara terpaan media Instagram dan perubahan sikap audiens, meskipun topiknya berfokus pada gaya hidup sehat. Hasil tersebut menegaskan bahwa Instagram memiliki potensi besar dalam memengaruhi sikap penggunanya. Sementara itu, penelitian lain menemukan bahwa konten K-Pop berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku imitasi remaja putri (Hakim & Fatoni, 2020). Variabel perilaku imitasi dalam penelitian tersebut mencakup gaya berbicara, gaya berpakaian, dan cara mengekspresikan diri (Gerungan, 2004 dalam Hakim & Fatoni, 2020). Namun, platform yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah YouTube, bukan Instagram, yang memiliki karakteristik interaksi dan penyebaran konten yang berbeda.

Berdasarkan dua penelitian tersebut, terdapat celah penelitian yang penting untuk dikaji lebih lanjut. Penelitian Sumampouw (2023) menguji pengaruh Instagram terhadap sikap, tetapi

bukan dalam konteks K-Pop. Sebaliknya, penelitian Hakim dan Fatoni (2020) meneliti pengaruh konten K-Pop terhadap perilaku imitasi melalui YouTube. Di sisi lain, penelitian Roro Irene Ayu C.M dan Siahaan (2022) menunjukkan bahwa Instagram justru menjadi ruang utama bagi terbentuknya pola komunikasi khas di kalangan penggemar K-Pop. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memperdalam pemahaman mengenai pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram terhadap sikap dan gaya komunikasi remaja penggemar K-Pop di Indonesia.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian mengenai fenomena K-Pop dan pengaruhnya terhadap perilaku remaja telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih terfokus pada aspek budaya populer secara umum dan belum secara spesifik mengaitkannya dengan terpaan konten di Instagram terhadap sikap dan gaya komunikasi remaja.

Sebagian penelitian, seperti yang dilakukan oleh Hakim dan Fatoni (2020), meneliti pengaruh terpaan media sosial YouTube terhadap perilaku imitasi remaja putri, namun tidak menyoroti peran Instagram sebagai platform yang memiliki karakteristik interaksi sosial visual yang lebih tinggi. Penelitian tersebut juga berfokus pada perilaku imitasi semata, bukan perubahan sikap dan gaya komunikasi yang lebih luas.

Sementara itu, Sumampouw (2023) meneliti pengaruh terpaan media Instagram terhadap perubahan sikap pengguna dalam konteks gaya hidup sehat. Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara intensitas terpaan dan perubahan sikap, tetapi topiknya tidak berhubungan dengan budaya populer atau K-Pop. Dengan demikian, aspek konten hiburan dan budaya belum dikaji secara mendalam dalam konteks media sosial Instagram.

Selain itu, penelitian Roro Irene Ayu dan Siahaan (2022) menekankan fungsi Instagram sebagai media komunikasi antar penggemar K-Pop, namun penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif tanpa menguji hubungan kuantitatif antara terpaan konten dan perubahan sikap ataupun gaya komunikasi. Penelitian lain seperti Fiolitha dan Irwansyah (2020) juga menyoroti peran audiovisual dalam fenomena Hallyu, tetapi hanya berfokus pada media YouTube dan drama Korea, bukan media sosial berbasis gambar dan interaksi seperti Instagram.

Berdasarkan tinjauan pustaka tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa kesenjangan (*research gap*):

1. Belum ada penelitian yang secara simultan menguji pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram terhadap dua variabel dependen sekaligus, yaitu sikap dan gaya komunikasi remaja.
2. Sebagian penelitian masih terfokus pada YouTube sebagai media utama, padahal Instagram kini menjadi media paling aktif di kalangan remaja Indonesia (Kemp, 2020).
3. Belum banyak penelitian kuantitatif yang mengambil konteks lokal remaja Kota Tangerang, sehingga penelitian ini dapat memberikan kontribusi kontekstual baru terhadap pemahaman budaya populer digital di wilayah perkotaan Indonesia.
4. Keterbatasan penelitian terdahulu dalam menjelaskan hubungan antar variabel sosial dan komunikasi secara empiris menjadi ruang baru untuk memperkuat landasan teoritis melalui teori Uses and Gratifications dan Kultivasi.

Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut melalui pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram terhadap sikap dan gaya komunikasi remaja secara empiris dan kontekstual.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pengukuran fenomena sosial secara objektif melalui data numerik serta pengolahan statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menguji teori, menganalisis hubungan antarvariabel, dan menarik kesimpulan berdasarkan temuan empiris yang terukur. Fokus penelitian ini adalah menguji pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram terhadap sikap dan gaya komunikasi remaja di Kota Tangerang. Pendekatan kuantitatif dianggap tepat karena penelitian berorientasi pada pengujian pengaruh variabel independen (terpaan konten) terhadap variabel dependen (sikap dan gaya komunikasi) secara terukur dan terstruktur.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert untuk mengoperasionalkan indikator setiap variabel sehingga dapat diukur secara konsisten. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik guna menguji hipotesis penelitian serta melihat arah dan kekuatan pengaruh antarvariabel.

D. TEMUAN HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei terhadap remaja di Kota Tangerang yang aktif menggunakan media sosial Instagram dan mengakses konten K-Pop. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Berdasarkan karakteristik responden, sebagian besar responden berada pada rentang usia remaja 10–25 tahun, dengan dominasi responden berjenis kelamin perempuan dan tingkat pendidikan SD sampai dengan anak kuliah. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden merupakan kelompok usia yang aktif menggunakan Instagram serta memiliki ketertarikan tinggi terhadap konten K-Pop.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat terpaan konten K-Pop di Instagram tergolong tinggi. Responden secara intens mengakses konten K-Pop dengan frekuensi dan durasi yang cukup sering, serta memberikan perhatian yang besar terhadap berbagai unggahan terkait K-Pop di Instagram.

Selanjutnya, deskripsi data pada variabel sikap remaja menunjukkan kecenderungan positif terhadap konten K-Pop. Responden memiliki pengetahuan yang baik mengenai K-Pop, menunjukkan perasaan senang dan ketertarikan, serta menampilkan kecenderungan perilaku mendukung, seperti mengikuti akun idol dan berinteraksi dengan konten K-Pop.

Pada variabel gaya komunikasi remaja, hasil deskriptif menunjukkan bahwa gaya komunikasi responden berada pada kategori cukup hingga tinggi. Hal ini terlihat dari kecenderungan remaja dalam mengadopsi gaya komunikasi yang lebih ekspresif, penggunaan istilah populer, serta cara berinteraksi yang dipengaruhi oleh konten K-Pop, baik di media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan, deskripsi data penelitian menunjukkan bahwa tingginya terpaan konten K-Pop di Instagram diikuti oleh sikap remaja yang positif serta perubahan gaya komunikasi yang dipengaruhi oleh budaya K-Pop. Temuan deskriptif ini menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut mengenai pengaruh antarvariabel dalam penelitian ini.

Persentase Rentang Usia

Item	Frekuensi	Presentase (%)
10-15Tahun	1	1
15-20 Tahun	52	50.5
20-25 Tahun	50	48.5
Total	103	100.0

Berdasarkan tabel rentang usia, diketahui bahwa responden dalam penelitian berjumlah 103 orang dan mayoritas berada pada rentang usia 15-20 tahun sebesar 50.5%. Selanjutnya, responden berusia 20-25 tahun sebesar 48.5%, sedangkan responden berusia 10-15 tahun sebesar 1%. Dominasi responden pada usia 15-20 tahun menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh kelompok usia dewasa muda yang memiliki pengaruh terpaan konten instagram kpop.

Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Uji Variabel X dan Y1

		Unstandardized Residual
N		103
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.51174097
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.044
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov–Smirnov Test terhadap Unstandardized Residual pada model pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram (X) terhadap sikap remaja (Y1), diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,200 dengan jumlah sampel N = 103. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka residual dinyatakan berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan analisis regresi dapat dilanjutkan.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		103
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.55340102
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov–Smirnov Test terhadap Unstandardized Residual pada model pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram (X) terhadap gaya komunikasi remaja (Y2), diperoleh jumlah sampel $N = 103$ dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka residual dinyatakan berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan analisis regresi dapat dilanjutkan.

Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.301	.511		6.460	.000
	total x	-.064	.022	-.274	-2.865	.005

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan uji Glejser, diperoleh nilai Sig. variabel total X sebesar 0,005 ($< 0,05$), sehingga disimpulkan terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram (X) terhadap sikap remaja (Y1).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.666	.488		5.467	.000		
	total x	-.028	.021	-.130	-1.319	.190	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan uji Glejser pada model pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram (X) terhadap gaya komunikasi remaja (Y2), nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel total X adalah 0,190. Karena $0,190 > 0,05$, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas (VIF & Tolerance)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.318	.821		5.260	.000		
	total x	.698	.036	.889	19.511	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: total y1

Berdasarkan tabel Coefficients, nilai Tolerance = 1,000 dan VIF = 1,000 untuk variabel total X pada model pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram (X) terhadap sikap remaja (Y1). Karena nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, sehingga model memenuhi asumsi klasik multikolinearitas.

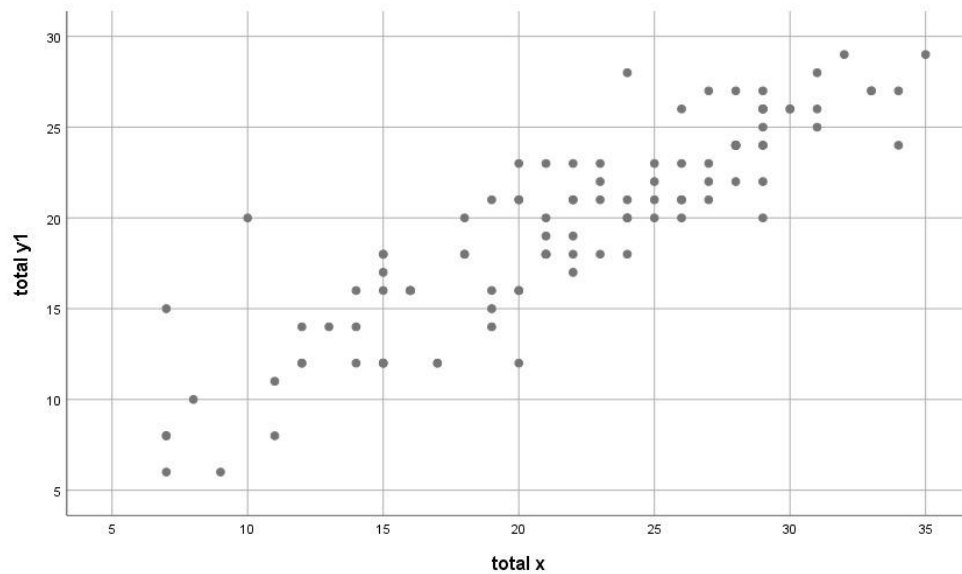
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.785	.835		4.535	.000		
	total x	.366	.036	.707	10.048	.000	1.000	1.000

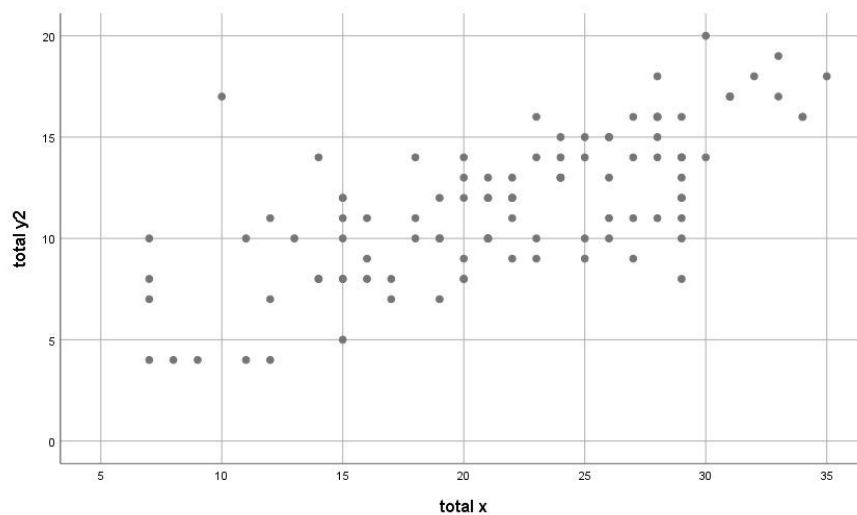
a. Dependent Variable: total y2

Berdasarkan tabel Coefficients, nilai Tolerance = 1,000 dan VIF = 1,000 untuk variabel total X pada model pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram (X) terhadap gaya komunikasi remaja (Y2). Karena nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, sehingga model memenuhi asumsi klasik multikolinearitas.

Uji Linearitas (Scatter Plot)



Berdasarkan scatter plot antara total X (terpaan konten K-Pop di Instagram) dan total Y1 (sikap remaja), titik-titik data membentuk kecenderungan pola meningkat dari kiri bawah ke kanan atas. Pola ini menunjukkan adanya hubungan linear positif antara X dan Y1, sehingga asumsi linearitas terpenuhi dan model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk menguji pengaruh X terhadap Y1.



Berdasarkan scatter plot antara total X (terpaan konten K-Pop di Instagram) dan total Y2 (gaya komunikasi remaja), titik-titik data menunjukkan kecenderungan pola meningkat dari kiri bawah ke kanan atas. Pola tersebut mengindikasikan adanya hubungan linear positif antara X dan Y2, sehingga asumsi linearitas terpenuhi dan analisis regresi linear sederhana dapat digunakan untuk menguji pengaruh X terhadap Y2.

Analisis Regresi Linear Sederhana (X1 terhadap Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.889 ^a	.790	.788	2.524

a. Predictors: (Constant), total x

Berdasarkan output Model Summary pada analisis regresi linear sederhana antara terpaan konten K-Pop di Instagram (X) terhadap sikap remaja (Y1), diperoleh nilai R = 0,889 yang menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara kedua variabel. Nilai R Square = 0,790 mengindikasikan bahwa sebesar 79,0% variasi sikap remaja (Y1) dapat dijelaskan oleh terpaan konten K-Pop di Instagram (X), sedangkan sisanya sebesar 21,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square = 0,788 menunjukkan bahwa setelah penyesuaian, kemampuan model dalam menjelaskan variabel Y1 tetap tinggi, sehingga model regresi yang digunakan tergolong baik.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2425.547	1	2425.547	380.698	.000 ^b
	Residual	643.502	101	6.371		
	Total	3069.049	102			

a. Dependent Variable: total y1

b. Predictors: (Constant), total x

Berdasarkan output ANOVA, diperoleh nilai F = 380,698 dengan Sig. = 0,000 (artinya $p < 0,05$). Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dinyatakan signifikan, sehingga terpaan konten K-Pop di Instagram (X) berpengaruh secara signifikan terhadap sikap remaja (Y1) (secara simultan/kelayakan model).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.318	.821		5.260	.000		
	total x	.698	.036	.889	19.511	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: total y1

Berdasarkan tabel Coefficients pada analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai konstanta (Constant) sebesar 4,318 dan koefisien regresi variabel total X sebesar 0,698, sehingga persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y1=4,318+0,698X$. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan terpaan konten K-Pop di Instagram (X) akan meningkatkan skor sikap remaja (Y1) sebesar 0,698. Selain itu, nilai Sig. = 0,000 dengan nilai $t = 19,511$ menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y1 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram terhadap sikap remaja dapat diterima.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.495	2.566

a. Predictors: (Constant), total x

Berdasarkan output Model Summary pada analisis regresi linear sederhana antara terpaan konten K-Pop di Instagram (X) terhadap gaya komunikasi remaja (Y2), diperoleh nilai R = 0,707 yang menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara kedua variabel. Nilai R Square = 0,500 mengindikasikan bahwa sebesar 50,0% variasi gaya komunikasi remaja (Y2) dapat dijelaskan oleh terpaan konten K-Pop di Instagram (X), sedangkan sisanya sebesar 50,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square = 0,495 menunjukkan bahwa setelah penyesuaian, kemampuan model dalam menjelaskan variabel Y2 tetap cukup baik, dengan Std. Error of the Estimate = 2,566 sebagai ukuran rata-rata kesalahan prediksi model.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	664.839	1	664.839	100.972	.000 ^b
	Residual	665.025	101	6.584		
	Total	1329.864	102			

a. Dependent Variable: total y2

b. Predictors: (Constant), total x

Berdasarkan output ANOVA, diperoleh nilai F = 100,972 dengan Sig. = 0,000 ($p < 0,05$). Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dinyatakan signifikan/layak,

sehingga variabel terpaan konten K-Pop di Instagram (X) berpengaruh secara signifikan terhadap gaya komunikasi remaja (Y2) (secara uji kelayakan model).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.785	.835		4.535	.000		
	total x	.366	.036	.707	10.048	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: total y2

Berdasarkan tabel Coefficients pada analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai konstanta (Constant) sebesar 3,785 dan koefisien regresi variabel total X sebesar 0,366, sehingga persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y_2 = 3,785 + 0,366X$. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan terpaan konten K-Pop di Instagram (X) akan meningkatkan skor gaya komunikasi remaja (Y2) sebesar 0,366. Selain itu, nilai Sig. = 0,000 dengan nilai t = 10,048 menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y2 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram terhadap gaya komunikasi remaja dapat diterima.

Analisis Korelasi (Contoh: X1 dengan X2)

Correlations

		total x	total y1
total x	Pearson Correlation	1	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	103	103
total y1	Pearson Correlation	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	103	103

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel Correlations, nilai Pearson Correlation antara total X dan total Y1 adalah 0,889 dengan nilai Sig. (2-tailed) = 0,000 pada N = 103. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan konten K-Pop di Instagram (X) dengan sikap remaja (Y1), dengan arah hubungan positif (semakin tinggi X, semakin tinggi Y1).

Correlations

		total x	total y2
total x	Pearson Correlation	1	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	103	103
total y2	Pearson Correlation	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	103	103

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel Correlations, nilai Pearson Correlation antara total X dan total Y2 adalah 0,707 dengan nilai Sig. (2-tailed) = 0,000 pada N = 103. Karena nilai signifikansi < 0,05, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan konten K-Pop di Instagram (X) dan gaya komunikasi remaja (Y2), dengan arah hubungan positif dan kekuatan hubungan kuat (semakin tinggi X, semakin tinggi Y2).

E. DISKUSI

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, bagian ini akan membahas keterkaitan antara temuan empiris dengan kerangka teoretis yang telah ditetapkan, yaitu Teori Uses and Gratifications, Teori Kultivasi, dan Model S-O-R (Stimulus-Organism-Response).

Pengaruh Terpaan Konten K-Pop di Instagram terhadap Sikap Remaja

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terpaan konten K-Pop di platform Instagram memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perubahan sikap remaja di Kota Tangerang. Hal ini sejalan dengan Teori Kultivasi yang dikemukakan oleh Gerbner, di mana paparan pesan media yang intens dan berulang dapat membentuk persepsi dan orientasi sikap audiens terhadap realitas sosial.

Remaja yang secara rutin terpapar konten visual K-Pop di Instagram cenderung menginternalisasi nilai-nilai yang ditampilkan, seperti standar kecantikan, etos kerja idola, hingga gaya hidup modern Korea. Intensitas terpaan yang diukur melalui frekuensi, durasi, dan perhatian (atensi) terbukti menjadi faktor penggerak dalam pembentukan komponen kognitif, afektif, dan konatif remaja terhadap budaya populer tersebut. Temuan ini memperkuat penelitian Sumampouw (2023) yang menyatakan bahwa media sosial Instagram memiliki kekuatan besar dalam memengaruhi sikap penggunanya melalui konten yang dikonsumsi secara konsisten.

Pengaruh Terpaan Konten K-Pop di Instagram terhadap Gaya Komunikasi

Penelitian ini juga menemukan bahwa terpaan konten K-Pop di Instagram berpengaruh signifikan terhadap gaya komunikasi remaja. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Teori Uses and Gratifications, di mana remaja secara aktif menggunakan Instagram bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan identitas diri dan interaksi sosial dalam komunitas penggemar (fandom).

Gaya komunikasi yang muncul sebagai respons dari terpaan ini mencakup penggunaan istilah bahasa Korea (seperti oppa, eonni, daebak), ekspresi emosional yang khas di media sosial, hingga cara berpakaian yang meniru gaya idola K-Pop. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram berperan sebagai ruang transmisi budaya yang efektif, di mana elemen-elemen komunikasi baru diadopsi oleh remaja sebagai simbol solidaritas antar sesama penggemar. Hasil ini didukung oleh pandangan Liliweri (2011) bahwa gaya komunikasi mencerminkan sistem nilai dan budaya yang dianut oleh individu, yang dalam konteks ini telah terasimilasi dengan budaya K-Pop.

Analisis Model S-O-R dalam Transformasi Identitas Remaja

Secara simultan, pengaruh terpaan konten terhadap sikap dan gaya komunikasi mempertegas relevansi Model S-O-R (Stimulus-Organism-Response) dalam fenomena ini.

- Stimulus (S): Konten K-Pop di Instagram yang kaya akan pesan visual dan simbolik.
- Organism (O): Proses internal remaja di Kota Tangerang dalam mengolah dan merasakan pesan tersebut, yang menghasilkan perubahan sikap.
- Response (R): Manifestasi perilaku berupa perubahan gaya komunikasi dan perilaku imitasi dalam kehidupan sehari-hari.

Integrasi ketiga variabel ini memberikan kebaruan (novelty) dalam penelitian, menunjukkan bahwa K-Pop di Instagram telah melampaui batas hiburan semata dan bertransformasi menjadi agen kultivasi digital yang membentuk identitas sosial remaja urban. Temuan ini menggarisbawahi bahwa di era konvergensi media, platform visual seperti Instagram memiliki peran sentral dalam menggeser pola komunikasi konvensional remaja menuju gaya komunikasi yang lebih global dan ekspresif.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai pengaruh terpaan konten K-Pop di Instagram terhadap sikap dan gaya komunikasi remaja di Kota Tangerang, dapat disimpulkan bahwa terpaan konten K-Pop di Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap serta gaya komunikasi remaja. Semakin tinggi intensitas remaja dalam mengakses, memperhatikan, dan terlibat dengan konten K-Pop di Instagram, maka semakin positif sikap yang terbentuk terhadap budaya K-Pop serta semakin kuat pula pengaruhnya terhadap perubahan gaya komunikasi, seperti cara berbicara, penggunaan istilah tertentu, dan ekspresi diri dalam interaksi sosial. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang berperan dalam pembentukan identitas dan pola komunikasi remaja. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa terpaan konten K-Pop di Instagram memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan gaya komunikasi remaja di era digital.

REFERENSI

- Fiolitha, M., & Irwansyah. (2020). *Peranan audiovisual dalam fenomena Hallyu sebagai budaya dan gaya hidup remaja di Jakarta*. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(2), 184–201. Universitas Semarang. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). *Pengaruh terpaan media sosial YouTube dan interaksi antarsosial terhadap perilaku imitasi remaja putri (Studi kasus video clip Blackpink–Ddu Du Ddu Du)*. *Jurnal Scriptura*, 10(1), 15–23. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.1.15-23>
- Lingkan, F. S. (2023). *Pengaruh terpaan media Instagram terhadap perubahan sikap untuk hidup sehat*. *Jurnal Komunikasi, Informasi dan Sosial (JKIS)*, 1(3), 123–126. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3>
- Roro Irene Ayu, C. M., & Siahaan, C. (2022). *Peranan media sosial Instagram sebagai media komunikasi remaja penggemar K-pop*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 13(1), 65–83. <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i1.14737>
- Syafira, A. (2021). *Kultivasi budaya K-Pop terhadap gaya hidup K-Popers pada komunitas Army Kediri*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Aprilia, R., & Pratama, R. A. (2021). *Pengaruh terpaan media sosial Instagram terhadap sikap remaja*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 145–156. <https://doi.org/10.25008/jik.v9i2.321>
- Fitriani, D., & Lestari, P. (2020). *Media sosial dan pembentukan gaya komunikasi remaja*. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(1), 23–34.
- Hidayat, A., & Sari, M. P. (2022). *Pengaruh budaya populer K-Pop terhadap perilaku komunikasi penggemar di media sosial*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(1), 55–66. <https://doi.org/10.24198/jkk.v10i1.38945>
- Putri, A. R., & Nugroho, C. (2019). *Terpaan media dan perubahan sikap remaja terhadap budaya populer*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 22(2), 101–112.
- Sari, N., & Wibowo, A. (2021). *Instagram sebagai media pembentukan identitas dan ekspresi diri remaja*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(3), 367–378.