

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN YOUTUBE
TREASURE TERHADAP PERILAKU IMITASI PADA KOMUNITAS
TREASURE MAKER BANDUNG**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Lu'lu Tsamrotul Fuadah

NIM 22107030109

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-4541/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN YOUTUBE TREASURE TERHADAP PERILAKU IMITASI PADA KOMUNITAS TREASURE MAKER BANDUNG

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LULU TSAMROTUL FUADAH
Nomor Induk Mahasiswa : 22107030109
Telah diujikan pada : Selasa, 28 Juli 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6a29353da13

Ketua Sidang

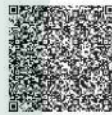
Dr. Mokhammad Muhtud, S.Sos.I, M.Si.
SIGNED



Valid ID: 6a2934094c72

Penguji I

Latifa Zahra, M.A.
SIGNED



Valid ID: 6a81330702d2

Penguji II

Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom.
SIGNED



Valid ID: 6a53047501d

Yogyakarta, 28 Juli 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Lu'lu Tsamrotul Fuadah

Nomor Induk : 22107030109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 14 Juni 2026

Yang Menyatakan,


Lu'lu Tsamrotul Fuadah

NIM 22107030109

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
di tempat

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Lu'lu Tsamrotul Fuadah
NIM : 22107030109
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN YOUTUBE TREASURE TERHADAP PERILAKU IMITASI PADA KOMUNITAS TREASURE MAKER BANDUNG

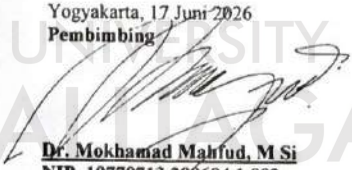
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

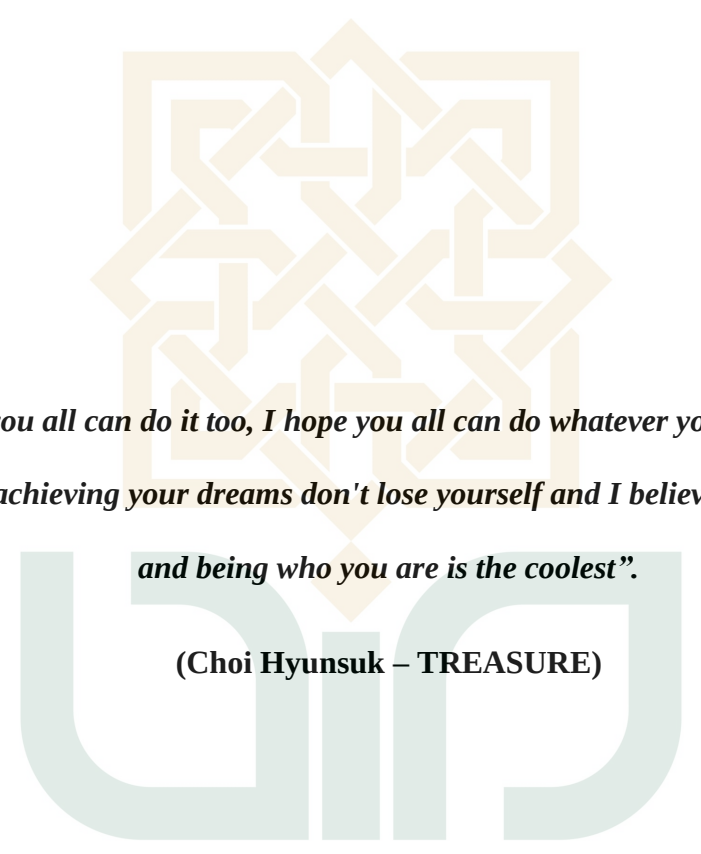
Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 17 Juni 2026
Pembimbing


Dr. Mokhammad Mahfud, M Si
NIP. 19770713 200604 1 002

MOTTO



***“I hope you all can do it too, I hope you all can do whatever your heart wants
but while achieving your dreams don't lose yourself and I believe being yourself
and being who you are is the coolest”.***

(Choi Hyunsuk – TREASURE)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
Y O G Y A K A R T A

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang “Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Youtube Treasure terhadap Perilaku Imitasi pada Komunitas Treasure Maker Bandung”. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi peneliti yang sabar dan berusaha menyempatkan waktu sebaik mungkin untuk memberikan kritik dan saran terhadap skripsi ini, sehingga peneliti dapat menyelesaikannya dengan baik.
4. Ibu Durrotul Masudah, M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dalam akademik dari awal masuk hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

5. Ibu Latifa Zahra, M.A selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan arahan dan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Penguji 2 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan koreksi atas skripsi ini agar lebih baik.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fishum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan serta bantuan kepada peneliti.
8. Kedua orang tua Penulis, Asep Nurmansyah dan Emma Amalia, banyak doa yang selalu kalian selipkan, untaian kasih sayang yang selalu kalian berikan, selalu bisa menjadi penyemangat dan penasihat terbaik, cinta dan kasih sayang kalian yang berhasil membentuk Penulis menjadi orang yang mengerti akan arti disayangi dan menyayangi, dan memiliki tekad semangat tinggi untuk sampai di tahap ini. Banyak batu loncatan yang curam, dan kalian selalu setia menjadi *moodbooster* Penulis, memberikan banyak motivasi, dan menjadi alasan Penulis selalu semangat dalam menyusun skripsi. Terima kasih atas segala pengorbanan, restu dan kebahagiaan yang telah kalian berikan
9. Silfi Nurmalia Latifah, kakak tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan Penulis, menjadi sosok yang begitu kuat dan merangkul bagi adiknya, walaupun sedikit menyebalkan, namun Penulis amat sayang padanya, terima kasih karena sudah bertahan dan setia

memberikan banyak dukungan, candaan, dan selalu kuat menjadi contoh yang baik dan selalu Penulis rindukan.

10. Kakek Penulis, Almarhum adalah sosok yang selalu Penulis rindukan, dan menjadi penyemangat dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Kepribadiannya yang hangat dan selalu mendukung setiap proses pendidikan serta kehidupan Penulis menjadikannya sebagai orang yang istimewa di mata Penulis, mbah terima kasih banyak, Penulis rindu.
11. Nurussyifa Ainayya sahabat yang selalu menemani penulis dari masa maba, selalu hadir memberikan dukungan, menjadi pendengar keluh kesah Penulis, dan menjadi pengganti sosok kakak yang baik selama masa perkuliahan ini. Banyak kesulitan yang kita temui di perjalanan ini, dan ternyata kita mampu melewatinya. Yang berawal dari saling tanya NIM, menjadi orang yang saling menyayangi dan menjadi sahabat terbaik Penulis.
12. Naila Kemalasary, Zulaihatul Asfia, Putri Syahnaz Adila, Desfina Citra, Alfiyah Dhiya Ulhaq tergabung dalam Martabak Keju yang senantiasa menjadi teman seperjuangan masa kuliah dan setia memberikan semangat, menjadi tempat bercerita Penulis, dan selalu memberikan banyak hiburan motivasi bagi Penulis, serta menjadi pewarna alami yang indah di masa perkuliahan ini.
13. Khilda Selvia Kamila, Wanda Dwi Clarisa, Sinta Dewi Maryam, Nabila Lailatanzila, Ayu Aulia Rahayu tergabung dalam Warga Fq selaku sahabat SMA yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan dari

jauh untuk Penulis, dan setia untuk hadir mendengarkan keluh kesah Penulis via *online*, serta tetap setia menjadi sahabat Penulis hingga detik ini.

14. Serta Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Choi Hyunsuk, Park Jihoon, dan TREASURE yang memberikan banyak motivasi bagi Penulis, menemani Penulis melalui lagu-lagu, konser, dan karyanya, serta menjadi *moodbooster* dan selalu memberikan hiburan di saat Penulis lelah, dan menjadi inspirasi saat Penulis mengerjakan skripsi.
15. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.
16. *Last but not least*, diri saya sendiri, Lu'lu Tsamrotul Fuadah yang sudah berkomitmen dan bertanggung jawab dalam mengerjakan apa yang telah dimulai. Banyak kesulitan dalam proses ini yang ternyata mampu dilewati secara perlahan, dengan keberanian, keteguhan, dan keyakinan penulis mampu bertahan. Dengan rasa percaya bahwa semuanya akan selesai menjadi kata yang amat berarti. Banyak usaha dan doa yang dipanjatkan telah terjawab secara perlahan dan berhasil membawa penulis pada tahapan ini, dan juga tahapan berikutnya. Terima kasih sudah kuat dan tidak menyerah, meskipun tidak selalu yakin. Semoga langkah ini menjadi bukti, bahwa saya mampu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin.

Yogyakarta, 4 Juni 2026

Penyusun,

Lu'lu Tsamrotul Fuadah
NIM 22107030109



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Telaah Pustaka	12
F. Landasan Teori	18
1. <i>Social Learning Theory</i> (Albert Bandura 1977)	18
2. Intensitas Menonton.....	21
3. Perilaku Imitasi	23
G. Kerangka Berpikir	26
1. Tahap Konsepsi (<i>Conceptioning</i>).....	26
2. Tahap <i>Judgement</i>	26
3. Tahap <i>Reasoning</i>	27
H. Hipotesis	29
I. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	29
a. Definisi Konseptual	29
b. Definisi Operasional	31
J. Metodologi Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian.....	36
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	37
3. Populasi, Ukuran Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i>	37
4. Jenis Data	41
5. Pengumpulan Data	42
6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
7. Pengolahan dan Analisis Data.....	44
BAB II: GAMBARAN UMUM	48
A. Gambaran umum TREASURE	48
B. Platform Youtube TREASURE	49
C. Gambaran umum Treasure Maker Bandung.....	60
1. Profil Komunitas Treasure Maker Bandung	60
2. Perilaku Imitasi pada Komunitas Treasure Maker Bandung	61
BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Deskripsi Penelitian	65
B. Karakteristik Responden.....	66
1. Usia	67
2. Status.....	68

C. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
1. Uji Validitas	68
2. Uji Reliabilitas	74
D. Penyebaran Data Setiap Variabel	75
1. Variabel Intensitas Menonton	75
2. Variabel Perilaku Imitasi	85
E. Uji Asumsi Klasik.....	98
1. Uji Normalitas.....	98
2. Uji Linearitas	99
3. Uji Heteroskedastisitas.....	100
F. Uji Regresi Linear Sederhana	101
G. Pembahasan	103
BAB IV: PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Telaah pustaka.....	17
Tabel 2	Operasional Variabel Intensitas Menonton.....	32
Tabel 3	Operasional Variabel Perilaku Imitasi	33
Tabel 4	Skor Pernyataan	42
Tabel 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	68
Tabel 7	Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas Menonton	69
Tabel 8	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Imitasi	71
Tabel 9	Hasil Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 10	Sering menonton tayangan Youtube TREASURE setidaknya satu kali dalam sehari.....	75
Tabel 11	Rutin menonton video konten terbaru TREASURE satu minggu sekali	76
Tabel 12	Menonton tayangan Youtube TREASURE pada jam yang sama setiap harinya (jam makan siang, istirahat sebelum tidur, minggu akhir pekan)	77
Tabel 13	Saya sering menonton ulang tayangan lama TREASURE setidaknya satu kali dalam sehari.....	78
Tabel 14	Dalam satu kali menonton, saya dapat menghabiskan waktu lebih dari 80 menit untuk menonton empat tayangan Youtube TREASURE	79
Tabel 15	Saya dapat menonton satu video hingga selesai dalam satu waktu tanpa jeda (pause) dengan total durasi 20 menit dalam satu video	80
Tabel 16	Saya mampu menonton lima tayangan Youtube TREASURE dengan durasi 20 menit per videonya yang menghabiskan waktu lebih dari satu jam tanpa merasa bosan.....	81
Tabel 17	Saat menonton tayangan TREASURE, saya fokus dan tidak melakukan aktivitas lain.....	82
Tabel 18	Saya selalu memperhatikan detail kecil dalam tayangan TREASURE, seperti gaya berpakaian, gerakan, dan ucapan mereka.....	82

Tabel 19	Saya merasa larut dan terbawa suasana baik sedih, maupun senang selama menonton tayangan TREASURE	83
Tabel 20	Saya dapat memahami maksud atau cerita yang disampaikan dalam setiap video Youtube TREASURE	84
Tabel 21	Saya memperhatikan dengan detail style pakaian yang dikenakan anggota TREASURE dalam salah satu video Youtube mereka	85
Tabel 22	Saya selalu fokus pada cara anggota TREASURE berinteraksi satu sama lain saat menonton tayangan mereka	86
Tabel 23	Dari tayangan Youtube TREASURE, saya mengamati terkait makanan favorit setiap member dan tertarik untuk mencoba makanan tersebut .	87
Tabel 24	Saya dapat mengingat kata-kata candaan atau ekspresi yang digunakan anggota TREASURE ketika menjawab candaan kepada sesama anggota lainnya dalam salah satu tayangan Youtube mereka	88
Tabel 25	Saya selalu ingat perilaku khas anggota TREASURE dari tayangan Youtube mereka seperti, berperilaku sopan dengan membungkukkan badannya kepada yang lebih tua ataupun good manners yang mereka lakukan	89
Tabel 26	Saya mampu mengingat fakta-fakta unik tentang member TREASURE (makanan favorit, dan hobi) yang mereka sebut dan perlihatkan dalam tayangan Youtube tersebut	90
Tabel 27	Saya mampu menyebutkan kembali detail salah satu konten TREASURE dengan cepat saat seseorang bertanya tentang hal itu kepada saya.....	91
Tabel 28	Saya membeli pakaian dengan model yang mirip seperti pakaian milik member TREASURE yang dikenakan pada salah satu tayangan Youtube mereka.....	92
Tabel 29	Saya dapat menirukan kebiasaan tertentu dari salah satu anggota TREASURE yaitu, memainkan beberapa helai rambut (Park Jeongwoo), mengembungkan pipi ke kanan dan ke kiri (Kim Doyoung), maupun kebiasaan anggota TREASURE lainnya	93
Tabel 30	Saya dapat menggunakan gaya bicara yang mirip dengan salah satu anggota TREASURE	94
Tabel 31	Saya memadukan pakaian (mix and match) koleksi pribadi saya agar terlihat seperti style pakaian member TREASURE	94

Tabel 32 Saya mendapatkan dorongan dari dalam diri, dengan ingin meniru cara berpakaian anggota TREASURE karena mereka terlihat keren dan percaya diri	95
Tabel 33 Setelah menonton konten Youtube mereka, saya terdorong untuk meniru kebiasaan anggota TREASURE karena saya merasa lebih dekat dengan mereka ketika melakukan hal serupa.....	96
Tabel 34 Dalam diri saya merasa terdapat dorongan rasa bangga ketika sesama penggemar dan orang lain mengenali kemiripan perilaku atau gaya saya dengan anggota TREASURE	97
Tabel 35 Hasil Uji Normalitas	99
Tabel 36 Hasil Uji Linearitas	100
Tabel 37 Hasil Uji Heteroskedastisitas	101
Tabel 38 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	102
Tabel 39 Persentase Hasil Pengaruh Variabel X Terhadap Y.....	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Data 10 Boyband KPOP favorit orang Indonesia menurut databoks 2022	3
Gambar 2	Akun Instagram, Grup WhatsApp, X Treasure Maker Bandung.....	4
Gambar 3	Perbedaan jumlah pengikut antara akun Instagram Treasure Maker Yogyakarta dengan Treasure Maker Bandung.....	5
Gambar 4	Perbedaan jumlah pengikut antara beberapa akun Instagram Treasure Maker di beberapa daerah	6
Gambar 5	Channel YouTube TREASURE.....	7
Gambar 6	Konten video TREASURE dan anggota komunitas mengenai fashion style	7
Gambar 7	Konten TREASURE dan anggota komunitas mengenai kegiatan sosial	8
Gambar 8	Konten TREASURE dan anggota komunitas yang memperlihatkan aktivitas olahraga dan kerjasama tim	9
Gambar 9	Jumlah anggota komunitas Treasure Maker Bandung	39
Gambar 10	Anggota TREASURE	48
Gambar 11	Playlist konten performances TREASURE.....	50
Gambar 12	Playlist konten Treasure Map.....	51
Gambar 13	Playlist konten Treasure World Map	52
Gambar 14	Playlist konten T-Talk.....	52
Gambar 15	Playlist konten TMI-Log.....	53
Gambar 16	Playlist konten T.M.I.....	54
Gambar 17	Playlist konten Live Videos	54
Gambar 18	Playlist konten dance practice videos.....	55
Gambar 19	Playlist konten 3 minutes TREASURE.....	56
Gambar 20	Playlist konten fact check.....	56
Gambar 21	Playlist konten behind the scene	57
Gambar 22	Playlist konten documentary	58
Gambar 23	Playlist konten re:all.....	58
Gambar 24	Playlist konten from TREASURE.....	59
Gambar 25	Music video Jikjin	60
Gambar 26	Perilaku imitasi fashion pada anggota komunitas.....	62
Gambar 27	Perilaku imitasi gerakan tari.....	63
Gambar 28	Perilaku imitasi dalam kegiatan sosial	64
Gambar 29	Perilaku imitasi dalam kegiatan sosial	64

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Berpikir.....	28
--------------------------------	----



ABSTRAK

This study aims to determine the influence of the intensity of watching TREASURE's Youtube shows on imitation behavior among the Treasure Maker Community in Bandung. The research employs a quantitative approach with a survey method, grounded in Albert Bandura's Social Learning Theory. The research sample was determined using the slovin formula with a 10% error tolerance, yielding 82 respondents who completed an online structured questionnaire using a likert scale. The data analysis technique used to test the hypothesis is simple linear regression analysis, processed with SPSS software. The results of the data analysis show a significance value of 0,000, which is smaller than the established significance threshold ($0,000 < 0,05$). This empirical evidence proves that H_a is accepted and H_0 is rejected, indicating a significant influence of the intensity of watching TREASURE's Youtube shows on the imitation behavior within the community. Based on the coefficient of determination test, the obtained R-Square value is 0,309. This indicates that the intensity of watching variable contributes 30,9% to the imitation behavior among the Bandung Treasure Maker Community, while the remaining 69,1% is influenced by other factors outside the scope of this study.

Keywords: *Watching Intensity, Youtube, TREASURE, Imitation Behavior, Social Learning Theory.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku seseorang dapat terlihat dari bagaimana orang tersebut melihat dan memperhatikan apapun yang ada di hadapannya. Manusia memiliki indera penglihatan yang akan mengirimkan pesan apa yang dilihat dan di amatnya kepada otak, dan otak mampu merespon dengan suatu keputusan mengenai pesan tersebut. Begitu pun dengan perilaku meniru yang dilakukan seseorang terhadap sesuatu yang menurutnya dapat memberikan kebahagiaan. Berdasarkan Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*), menegaskan bahwa terdapat sebagian besar tahapan belajar terjadi melalui pengamatan terhadap tindakan yang dilakukan orang lain, terutama pengamatan yang memanfaatkan media massa (Severin & Tankard, 2011). Albert Bandura mengatakan, dalam teori tersebut seseorang memiliki kemampuan untuk berpikir, mengambil manfaat dari hasil penglihatannya. Sehingga pengamatan perilaku terjadi secara fleksibel atau bebas, khususnya melalui media massa, seseorang akan mudah mengimplementasikan pola perilaku tersebut dalam kehidupan mereka (Severin & Tankard, 2011).

Perkembangan budaya Korea melesat melalui banyak cara, salah satunya melalui media, baik media konvensional maupun media baru. Media

memberikan kemudahan dalam berbagai aspek, dan budaya menjadi salah satu aspek yang mudah disebarkan melalui alat tersebut. Sebagai bentuk perkembangan tersebut dapat dilihat dari televisi, platform online yang menampilkan banyak pilihan drama Korea, media sosial, dan lain-lain. Budaya Korea, khususnya K-POP sangat bergantung akan media massa, karena semua informasi mengenai *idol* yang mereka sukai akan tersaji di media massa, salah satunya YouTube. *Korean Pop* atau K-POP memanfaatkan YouTube sebagai alat atau wadah membuat konten, dengan tujuan supaya para penggemar dapat mengetahui bagaimana para *idol* dapat menghibur, dan memperlihatkan perilaku kebiasaan mereka sehari-hari (Kustiawan dkk., 2023).

Para penggemar *boygroup* dan *girlgroup* asal Korea tersebut memiliki sebutan umum yang sering disebut fandom. Ketika seseorang mulai menyukai apapun mengenai *boygroup* atau *girlgroup* tersebut, baik dari barang yang mereka pakai, dan semua yang berhubungan dengan artis idolanya, dapat menjadikan seseorang tersebut menjadi penggemar mereka. Jika mereka telah tenggelam dalam hal tersebut, maka mereka akan masuk kedalam dunia *fangirling* atau *fanboying*. Kemudian, di dalam setiap grup akan memiliki *fanbase* dengan ciri khas tersendiri, seperti pemberian nama untuk fandom, membuat yel-yel penyemangat, serta warna resmi *club fans*. Berdasarkan hal tersebut, *boygroup* TREASURE menetapkan nama fandom resminya yaitu Treasure Maker (*teume*) dan menetapkan warna resmi fandomnya dengan warna biru langit (Sari dkk., 2020)

Treasure Maker atau suatu fandom yang menyukai *boygroup* tersebut dapat mencari informasi mengenai artis idolanya melalui berbagai macam media, baik X, Instagram, atau YouTube. Dampak dari media tersebut dapat mempengaruhi mereka, melalui perilaku kebiasaan anggota member yang diperlihatkan lewat konten-kontennya di YouTube, gaya berpakaian, makanan yang disukai, dan memahami lagu-lagunya. Perilaku tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku imitasi. Imitasi tidak hanya dikaitkan dengan suatu barang atau benda mati, seperti perhiasan, dan lain-lain. Seiring berkembangnya zaman, imitasi dapat dikembangkan, dan perilaku tersebut terjadi kepada remaja yang masih mencari jati dirinya, serta mencakup mengikuti kebiasaan perilaku artis idolanya (Helfines, 2025).

Peningkatan popularitas boy group TREASURE tercermin dari antusiasme penggemar terhadap karya yang dirilis mereka, baik dalam bentuk lagu, video musik, maupun konten-konten lainnya. Dengan begitu, peneliti tertarik untuk meneliti *boy group* tersebut.

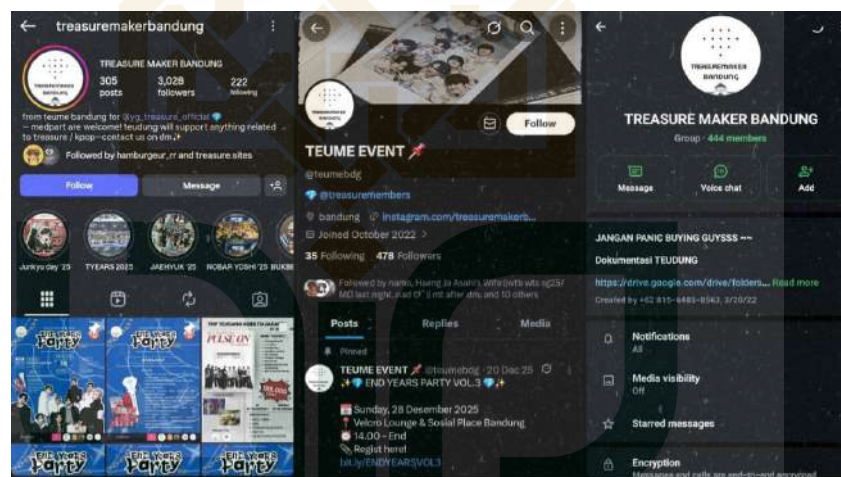
Gambar 1 Data 10 Boyband KPOP favorit orang Indonesia menurut databoks 2022

Nama Data	Nilai
BTS	46
NCT	26
EXO	21
Super Junior	14
Seventeen	11
Treasure	8
BIGBANG	7
Stray Kids	7
Enhypen	6

Sumber: Databoks

Dengan popularitas tersebut, TREASURE memiliki penggemar yang juga cukup banyak di Indonesia, salah satunya di daerah Bandung. Diantara beberapa Komunitas Treasure Maker daerah yang ada di Indonesia, Treasure Maker Bandung menjadi komunitas yang tetap eksis dan aktif sampai saat ini. Komunitas tersebut tidak hanya aktif ketika ada *birthday event* namun, aktif membuat agenda-agenda seperti *noraebang*, acara akhir tahun, dan kegiatan lainnya.

Gambar 2 Akun Instagram, Grup WhatsApp, X Treasure Maker Bandung

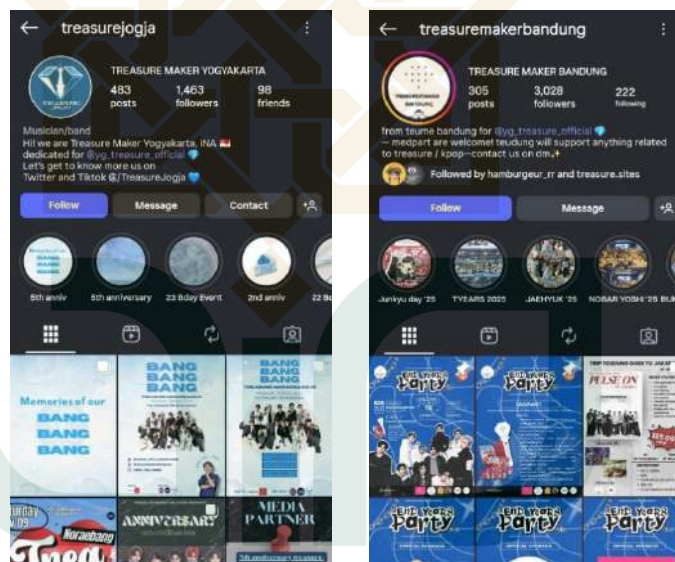


Sumber: Official Account Instagram, X, dan WhatsApp Treasure Maker Bandung, diakses pada 15 Januari 2026, pukul 11.23 WIB

Komunitas Treasure Maker Bandung merupakan salah satu wadah atau tempat untuk memudahkan antara sesama anggota berkomunikasi, memiliki kesamaan tujuan yaitu mendukung dan memberikan cinta untuk *boygroup* TREASURE. Disisi lain, para anggota komunitas merasakan beberapa persamaan dengan anggota TREASURE, baik dari segi hobi, perilaku, ataupun gaya berpakaian, yang kemudian membuatnya terdorong untuk bergabung menjadi seorang Treasure Maker. Nama fandom tersebut

dibentuk pada tanggal 7 Februari 2019 bersamaan dengan pengumuman *Treasure* 13. Sedangkan, nama Treasure Maker Bandung sendiri dibentuk pada tanggal 7 Agustus 2020, komunitas ini dibentuk secara *online*. Sarana yang digunakan untuk memudahkan komunikasi dan publikasi Treasure Maker Bandung yaitu dengan media sosial, seperti Instagram, grup WhatsApp, serta X (Dewi, 2020).

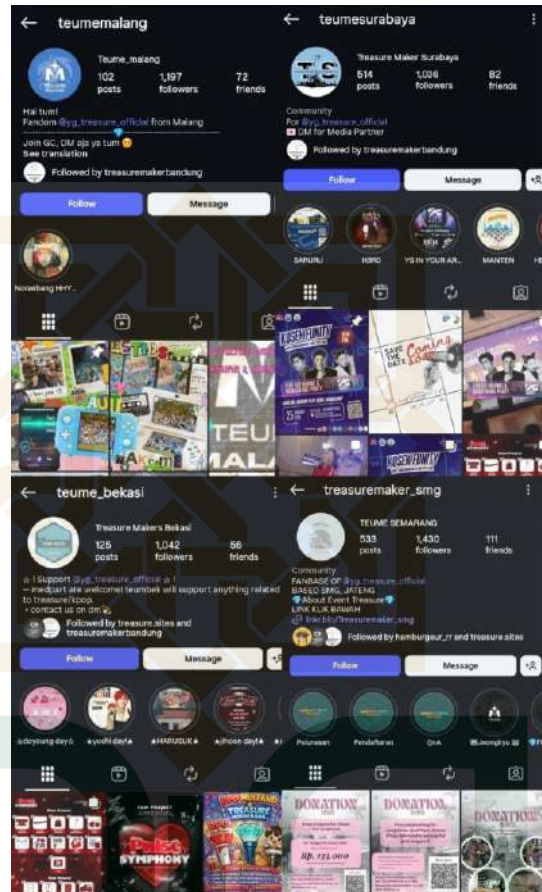
Gambar 3 Perbedaan jumlah pengikut antara akun Instagram Treasure Maker Yogyakarta dengan Treasure Maker Bandung



Sumber: Akun Instagram Treasure Jogja dan Treasure Maker Bandung, diakses pada 15 Januari 2026, pukul 17.35 WIB

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa banyaknya pengikut akun Instagram Treasure Maker Bandung lebih mendominasi dibandingkan dengan akun Instagram Treasure Maker Yogyakarta. Akun fandom daerah tersebut, tidak hanya ada di dua daerah tersebut saja, terdapat daerah-daerah lain yang memiliki akun Instagram fandom salah satunya, Semarang, Surabaya, Malang, dan Bekasi.

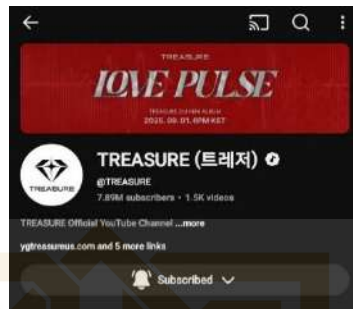
Gambar 4 Perbedaan jumlah pengikut antara beberapa akun Instagram Treasure Maker di beberapa daerah



Sumber: Akun Instagram Teumemalang, Treasuremaker_smg, Teume_bekasi, dan Teumesurabaya, diakses pada 02 Februari 2026, pukul 14.42 WIB.

Penelitian ini memanfaatkan channel Youtube TREASURE untuk menganalisis sebuah konten. Tayangan yang terdapat di channel YouTube tersebut berisi beberapa jenis konten, seperti konten *audiovisual* yaitu, dokumentasi latihan anggota, rekaman konser, *reality show* Treasure Map, video *Cheering Method*, video *reaction*, dan lain-lain.

Gambar 5 *Channel* YouTube TREASURE



Sumber: Akun YouTube TREASURE, diakses pada 15 Januari 2026, pukul 12.25 WIB

Berdasarkan hasil temuan awal yang diperoleh oleh peneliti yakni, anggota komunitas Treasure Maker Bandung memiliki beberapa perilaku yang mengikuti idolanya, dari segi kebiasaan, berpakaian, olahraga, gaya hidup atau beberapa aktivitas lainnya, hal tersebut dapat dilihat dari channel YouTube TREASURE dengan jumlah *subscriber* saat ini 7.89 juta.

Gambar 6 Konten video TREASURE dan anggota komunitas mengenai *fashion style*



Sumber: Akun YouTube TREASURE dan Instagram Treasure Maker Bandung, diakses pada 8 Juni 2025, pukul 23.06 WIB

Dalam video konten tersebut memperlihatkan tentang gaya mereka berpakaian, dengan begitu para penggemar dapat mempelajari hal tersebut, dan meniru untuk dilakukan baik setiap harinya atau hari-hari tertentu. Para penggemar tidak hanya melihat bagaimana pakaian tersebut terpasang di badan mereka, namun para penggemar juga akan mencari tahu *brand* baju

apa, dan jenis apa yang mereka pakai, kemudian hal tersebut akan membuat para penggemar atau Treasure Maker membeli barang tersebut, supaya dapat memiliki rasa yang seolah-olah mereka memiliki kedekatan khusus dengan idolanya.

Gambar 7 Konten TREASURE dan anggota komunitas mengenai kegiatan sosial



Sumber: Akun YouTube TREASURE dan Instagram Treasure Maker Bandung, diakses pada 15 Januari 2026, pukul 15.42 WIB

Adapun video konten yang memperlihatkan tentang kegiatan sosial. Dalam gambar di atas terlihat member yang memberikan perlakuan baik, serta memberi pengasuhan terbaik untuk anak kecil tersebut. Dengan begitu, penggemar akan memiliki pemikiran bahwa mereka harus memperlakukan anak kecil sama seperti para member TREASURE yang telah memberikan perilaku baik dalam mengasuh anak kecil dalam video tersebut.

Merujuk pada gambar di atas, anggota Komunitas Treasure Maker Bandung pun melakukan hal yang sama yaitu melakukan kegiatan sosial dengan berkunjung ke panti asuhan anak. Kunjungan yang dilakukan secara langsung serta melakukan kegiatan-kegiatan kecil telah direncanakan. Dari konten yang mereka tonton, penggemar dapat lebih sadar akan pentingnya kepedulian sosial serta menumbuhkan rasa kasih sayang terhadap anak-

anak. Hal ini menunjukkan adanya kemungkinan bahwa konten yang dikonsumsi tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, namun dapat juga memberikan dampak kesadaran dan sikap sosial yang positif.

Adapun video konten yang memperlihatkan para member sedang berolahraga dengan penuh kegembiraan. Hasil dari perilaku yang tercermin dari kegiatan ini yaitu, para penggemar dapat memahami dan mempelajari bagaimana serunya berolahraga. Dan juga, ruang untuk berinteraksi, mempererat kebersamaan, serta solidaritas di antara member. Serta hiburan bagi para member dari padatnya jadwal yang mereka miliki.

Gambar 8 Konten TREASURE dan anggota komunitas yang memperlihatkan aktivitas olahraga dan kerjasama tim



Sumber: Akun YouTube TREASURE dan Instagram Treasure Maker Bandung, diakses pada 15 Januari 2026, pukul 16.12 WIB

Beberapa Treasure Maker Indonesia juga mengadakan agenda olahraga sebagai bentuk kebersamaan antar anggota komunitas. Kegiatan ini diikuti oleh sesama penggemar dan dilaksanakan dalam suasana yang santai dan menyenangkan. Melalui agenda olahraga tersebut, anggota komunitas memiliki ruang untuk berinteraksi dan mempererat hubungan sosial. Proses pembelajaran manusia pada dasarnya telah dijelaskan secara rinci dalam Al-Qur'an, seperti firman Allah dalam Q.S. An-Nahl ayat 78 yang berbunyi:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۚ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberi kamu pendengara, penglihatan, dan hati nurani, agar kamu bersyukur.” (Q.S. An-Nahl:78).

Menurut tafsir Ath Thabari, Allah mengajarkan manusia berbagai pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui setelah manusia dilahirkan dari rahim ibunya dalam keadaan belum memahami apa pun. Allah menganugerahkan akal agar manusia mampu memahami serta membedakan antara hal yang baik dan buruk. Selain itu, Allah memberikan penglihatan sehingga manusia dapat melihat berbagai hal di sekitarnya, serta pendengaran agar manusia dapat mendengar suata dan memahami percapakan. Allah juga memberikan hati sebagai sarana untuk mengenal, menyimpan, memikirkan, dan memahami segala sesuatu yang diterima melalui pancaindra (Ath-Thabari dkk., 2007).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti ingin meneliti seberapa besar pengaruh intensitas menonton tayangan YouTube TREASURE terhadap perilaku imitasi penggemarnya. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teori pembelajaran sosial Albert Bandura, dengan tujuan peneliti ingin meneliti bagaimana pengaruh intensitas menonton tayangan yang telah melalui beberapa proses, seperti melihat, mengamati, kemudian dapat menghasilkan sebuah perilaku yang menjadi sebab akibat dari proses pembelajaran tersebut. Peneliti juga ingin

mengetahui sejauh mana para anggota fandom tersebut menunjukkan perilaku imitasi. Selain itu peneliti menjadikan TREASURE sebagai komponen dalam penelitian ini, karena belum banyak peneliti yang menggunakannya sebagai komponen. Kemudian, Treasure Maker Bandung akan menjadi subjek utama dalam penelitian ini, karena belum adanya penelitian mengenai ini yang dilakukan pada komunitas Treasure Maker Bandung, serta peneliti melihat jumlah pengikut akun Instagram yang lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pengikut akun Instagram Treasure Maker daerah lainnya, dan rasa antusias para penggemar dalam komunitas tersebut, yang selalu bahagia di setiap *event* yang diselenggarakan, dalam rangka mendukung TREASURE.

Sehingga dapat menghasilkan sebuah judul penelitian yaitu “PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN YOUTUBE TREASURE TERHADAP PERILAKU IMITASI PADA KOMUNITAS TREASURE MAKER BANDUNG”.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian di atas, dapat dibulatkan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh intensitas menonton tayangan youtube TREASURE terhadap perilaku imitasi pada komunitas Treasure Maker Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada latar belakang masalah di atas, tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai alat untuk menguji besaran pengaruh intensitas menonton tayangan youtube TREASURE terhadap perilaku imitasi pada komunitas Treasure Maker Bandung.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil akhir penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi pengembang ilmu komunikasi baik sebagai bahan acuan atau referensi ilmiah, khususnya di bidang komunikasi massa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif, serta dapat memperluas wawasan terkait adanya pengaruh intensitas menonton konten Youtube TREASURE terhadap munculnya perilaku imitasi, serta diharapkan dapat memberi manfaat kepada siapapun ketika mengidolakan atau menjadi fandom sebagai perwujudan penggemar aktris idolanya untuk dapat memilah dan memilih sesuatu yang berbau positif dalam hal ini yaitu mengimitasi budaya asing.

E. Telaah Pustaka

Proses penelitian ini berawal dari pengetahuan dan penelitian yang sudah ada. Kemudian, peneliti memulai penelitian ini melalui penelaahan

dengan mencari kajian penelitian terdahulu. Melalui penelaahan penelitian sebelumnya, dalam proses tersebut peneliti mampu menelaah, dan mengidentifikasi berbagai hasil dari penelitian terdahulu yang berupa jurnal, skripsi, tesis, atau karya ilmiah yang lainnya. Telaah pustaka merupakan bagian dari proses penelitian yaitu menelusuri dan menelaah sesuatu yang sebelumnya sudah diteliti, selanjutnya hasil telaah dari penelitian sebelumnya tersebut dapat digunakan sebagai rujukan ilmiah penelitian mendatan. Adapun penelitian sebelumnya, diantaranya:

Penelitian pertama adalah penelitian dari Muhamad Nouval Febrian, dan Emilianshah Banowo yang berasal dari Universitas Gunadarma. Penelitian tersebut berjudul **“PENGARUH TERPAAN DAN KUALITAS SIARAN MPL INDONESIA DI YOUTUBE TERHADAP PERILAKU IMITASI BERMAIN MOBILE LEGENDS”**. Dalam penelitian ini berfokus pada mengetahui seberapa besar frekuensi, durasi, dan atensi penonton saat menyaksikan tayangan MPL Indonesia tersebut terhadap perilaku imitasi bermain Mobile Legends. Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah kuantitatif yang menggunakan teknik penyebaran kuesioner kepada 400 orang *subscribers* sebagai bagian dari pengumpulan data. Kemudian, instrumen untuk mengolah data tersebut menggunakan aplikasi SPSS, dan menghasilkan bahwa penelitian tersebut terlihat pengaruh secara signifikan terhadap perilaku imitasi penonton, hasil tersebut memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05 yang artinya H_0 dan H_a diterima.

Sedangkan hasil uji t dari variabel terpaan media menunjukkan jumlah $9,621 > 1,966$, dan hasil uji t dari variabel kualitas siaran berjumlah $5,145 > 1,966$ artinya keseluruhannya terdapat pengaruh secara signifikan. Kemudian, pada pengujian koefisien determinasi menghasilkan nilai $0,642$. Dengan begitu, dapat disimpulkan besarnya pengaruh dari kombinasi antara variabel terpaan media (X1) dan kualitas siaran (X2) adalah sebesar $64,2\%$ yang memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku imitasi (Y). Sedangkan sisanya sebesar $35,8\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kedua adalah penelitian yang berasal dari Afshania Khaira dan Ike Sylvia dari Universitas Negeri Padang. Penelitian tersebut berjudul **“HUBUNGAN INTENSITAS MENONTON YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP PERILAKU IMITASI PADA MAHASISWA FIS UNP”**. Dalam penelitian ini ingin mengetahui apakah terdapat hubungan dari intensitas menonton YouTube Tasya Farasya terhadap perilaku imitasi pada mahasiswa FIS UNP. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dan menghasilkan adanya hubungan secara signifikan terhadap perilaku imitasi pada mahasiswa FIS UNP, hasil menunjukkan nilai yang lebih besar dari $0,05$ yaitu sebesar $0,420$. Sementara uji t berjumlah $0,849 > 0,1986$, dalam artian Hipotesis nol tidak diterima dan Hipotesis Alternatif disetujui. Sehingga, dalam penelitian ini memperlihatkan adanya keterikatan yang signifikan, dengan nilai

koefisien determinasi sebesar 72,08%. Sedangkan 27,92% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Ketiga, yaitu dari Khairunnisa Adriyanti, dan Widyo Nugroho dari Universitas Gunadarma. Penelitian tersebut berjudul **“PENGARUH INTENSITAS MENONTON DAN KREDIBILITAS NAJWA SHIHAB TERHADAP LITERASI MEDIA SOSIAL MEDIA PADA SUBSCRIBER PADA CHANNEL YOUTUBE NAJWA SHIHAB”**.

Dalam analisis yang dilakukan peneliti tersebut memiliki tujuan yaitu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas menonton dan kredibilitas Najwa Shihab terhadap literasi media sosial media pada *subscriber* pada channel YouTube Najwa Shihab. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh secara jelas terhadap literasi media pada *subscriber channel youtube* Najwa Shihab, hasil menunjukkan signifikan sebesar 0,521 yang berarti lebih besar dari 0,05. Sementara uji *t* menunjukkan jumlah $14,768 > 1,648$, oleh karena itu Hipotesis nol ditolak dan Hipotesis Alternatif disetujui. Dengan begitu, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara kedua variabel, di mana variabel X1 mampu menjelaskan variabel Y sebesar 70,1% berdasarkan hasil koefisien determinasi. Adapun 29,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Merujuk dari tinjauan pustaka tersebut, menghasilkan kesimpulan berupa adanya persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan peneliti dengan ketiga karya tulis di atas. Dalam poin persamaan, terdapat

pada pemusatan kajian yaitu mengenai komunikasi massa dan metode penelitian kuantitatif. Adapun perbedaan atau kebaruan penelitian ini terletak pada faktor yang diteliti, yaitu perilaku imitasi, serta objek penelitian yang digunakan berupa tayangan Youtube Treasure. Dan selain itu, subjek dalam penelitian ini adalah Treasure Maker Bandung.



Tabel 1 Telaah pustaka

No	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
1	Nama Penulis	Muhamad Nouval Febrian, Emilianshah Banowo	Afshania Khaira, Ike Sylvia	Khairunnisa Adriyanti, Widyo Nugroho
2	Judul	Pengaruh Terpaan dan Kualitas Siaran MPL Indonesia di Youtube terhadap Perilaku Imitasi Bermain Mobile Legends https://calamus.id/index.php/edutik/article/view/252	Hubungan Intensitas Menonton Youtube Tasya Farasya terhadap Perilaku Imitasi pada Mahasiswa FIS UNP https://doi.org/10.24036/perspektif.v4i3.490	Pengaruh Intensitas Menonton dan Kredibilitas Najwa Shihab terhadap Literasi Media Sosial Media pada <i>Subscriber</i> pada Channel Youtube Najwa Shihab https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i2.8573
3	Sumber	EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, Vol. 6, No. 1, Februari 2026	Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan, Vol. 4, No. 3, Tahun 2021	Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA), Vol. 6, No. 2, Juli-Desember 2023
4	Hasil	Hasil dari penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku imitasi penonton dalam bermain Mobile Legends, hasil menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05 artinya H_0 dan H_a diterima. Sedangkan hasil uji t dari variabel terpaan media menunjukkan jumlah $9,621 > 1,966$, dan hasil uji t dari variabel kualitas siaran berjumlah $5,145 > 1,966$ artinya keseluruhannya terdapat pengaruh secara signifikan. Kemudian hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,642. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh dari kombinasi antara variabel terpaan media (X_1) dan kualitas siaran (X_2) adalah sebesar 64,2% yang memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku imitasi (Y). Sedangkan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.	Hasil dari penelitian ini berhubungan secara signifikan terhadap perilaku imitasi pada mahasiswa FIS UNP, hasil menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,420% yang berarti lebih besar dari 0,05. Sedangkan uji t menunjukkan jumlah $0,849 > 0,1986$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian, artinya terdapat hubungan signifikan dan hasil koefisien determinasi menunjukkan hubungan variabel X terhadap variabel Y sebesar 72,08%, sedangkan 27,92% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.	Hasil dari penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap literasi media pada <i>subscriber channel</i> Youtube Najwa Shihab, hasil menunjukkan signifikan sebesar 0,521 yang berarti lebih besar dari 0,05. Sedangkan uji t menunjukkan jumlah $14,768 > 1,648$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian, memiliki arti terdapat pengaruh signifikan dan hasil koefisien determinasi menunjukkan pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y sebesar 70,1%, sedangkan 83,7% lainnya dipengaruhi faktor lain.
5	Persamaan	Menggunakan metode kuantitatif, sama-sama ingin mengetahui sejauh mana tayangan di platform Youtube dapat mempengaruhi perilaku imitasi, dan menggunakan teori pembelajaran sosial	Menggunakan metode kuantitatif, sama-sama ingin mengetahui intensitas menonton tayangan, menggunakan perilaku imitasi sebagai variabel bebas, dan menggunakan teori pembelajaran sosial.	Menggunakan metode kuantitatif, sama-sama ingin mengetahui pengaruh intensitas menonton
6	Perbedaan	Menggunakan terpaan media sebagai variabel independen (X_1), serta kualitas siaran sebagai variabel (X_2), subjek kajian penelitian atau <i>subscribers</i> Youtube MPL Indonesia	Menggunakan objek tayangan Youtube Tasya Farasya, subjek kajian penelitian adalah mahasiswa FIS UNP, dan ingin mengetahui hubungan	Menggunakan teori literasi media, menggunakan literasi media sosial media sebagai variabel bebas.

Sumber: Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. *Social Learning Theory* (Albert Bandura 1977)

Teori Pembelajaran Sosial atau *Social Learning Theory* mengemukakan bahwa khalayak dapat mengamati perilaku tertentu terhadap seseorang melalui media massa dan meniru perilaku tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam teori ini menjelaskan bahwa melalui proses berpikir, manusia mampu memetik manfaat dari pengamatan serta pengalaman yang dilakukan orang lain. Dengan begitu, setiap orang dapat menelaah pola perilaku tertentu yang terlihat dalam media massa, yang kemudian mereka dapat meniru perilaku tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Severin & Tankard, 2011).

Dalam melakukan pembelajaran tersebut pengamatan yang dilakukan yaitu mengamati beberapa pola perilaku yang ditampilkan oleh media, baik berupa media cetak, media elektronik, maupun media baru. Pengamatan yang telah dilakukan melalui media dapat secara langsung terjadi ataupun tidak. Respon tersebut akan berbentuk perilaku meniru dari sesuatu yang diserap dari tayangan media massa. Teori belajar sosial merupakan teori sebelumnya yang kemudian dikembangkan menjadi Teori Pembelajaran Sosial, dengan menyebutkan bahwa respon audiens dapat terlihat ketika stimulus berupa suatu kegiatan yang dilakukan dengan repetitif (Novianti & Sos, 2021).

Dalam pembelajaran sosial menjelaskan bahwa manusia belajar melalui interaksi dengan lingkungan dan proses pengamatan terhadap perilaku orang lain (*observational learning*). Individu tidak hanya belajar melalui pengalaman langsung, tetapi juga dengan memperhatikan tindakan, sikap, dan konsekuensi yang diterima oleh model yang diamatinya. Perilaku yang diamati dapat disimpan dalam ingatan dan kemudian diterapkan dalam kehidupan sehari-hari apabila dianggap memberikan hasil yang positif. Oleh karena itu, seseorang cenderung meniru perilaku yang dipersepsikan dapat memberikan manfaat, penghargaan, penerimaan sosial, atau pencapaian tertentu, serta menghindari perilaku yang berpotensi menimbulkan konsekuensi negatif atau sanksi dari lingkungan sosialnya (Ambriyani dkk., 2025).

Adapun beberapa proses dalam Teori Pembelajaran Sosial yang dikemukakan oleh Bandura terdiri dari empat tahap (Luviani & Delliana, 2020):

- a. Atensi/Minat, dalam tahap ini khalayak akan fokus memperhatikan objek yang akan ditirunya.
- b. Retensi/Mengingat, pada tahapan ini audiens mampu merekam dan menyimpan informasi penting yang didapatkan dari proses pembelajaran, serta audiens mampu mengingat dan menilai tingkah laku yang terdapat dalam proses tersebut, kemudian menyeleksi tingkah laku untuk ditiru atau diaplikasikan, serta perilaku mana yang akan ditinggalkan.

- c. Reproduksi Motorik, suatu tahapan dalam pembelajaran sosial dimana hasil ingatan audiens diproses, baik ingatan yang berupa tindakan atau tingkah laku dan kemudian menerapkannya.
- d. Motivasi, adanya dorongan yang muncul secara sadar atau tidak untuk mencapai suasana kebanggaan terhadap diri sendiri.

Dalam Teori Pembelajaran Sosial memperlihatkan terdapat hubungan yang terjadi antara tingkah perilaku individu dengan lingkungannya, yang dapat membentuk suatu perubahan perilaku individu sebagai hasil dari proses mengamati perilaku orang lain yang ditampilkan media massa (Warini dkk., 2023).

Dalam menerapkan perilaku yang didapatkan oleh individu melalui pengamatan akan dipengaruhi kuat oleh motivasi, dan hal tersebut tercipta karena terdapat stimulus penguat yang diterima. Terdapat tiga macam peneguhan yang mendorong untuk melakukan perilaku atau tindakan. Pertama, peneguhan eksternal merupakan suatu tindakan seseorang dimana mereka mengetahui tindakan tersebut bebas dari konsekuensi negatif atau akan berpotensi memperoleh atensi dari pihak lain. Kedua, peneguhan gantian (*Vicarious reinforcement*) di mana jika seseorang memiliki dorongan untuk dapat melakukan perilaku sama yang disebabkan dari hasil pengamatan terhadap orang lain yang mendapatkan apresiasi atau perilakunya. Ketiga, peneguhan diri (*Self Reinforcement*) adalah sebuah tindakan yang didorong oleh faktor internal dari dalam diri. Dorongan tersebut akan terjadi karena hadirnya

suatu kepuasan atau terpenuhi untuk citra dirinya (Rakhmat & Aktual, 2021).

2. Intensitas Menonton

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia kata intensitas adalah di mana kondisi kefokusannya atau intensitasnya meningkat. Adanya kata tersebut diambil dari kosakata Intens dengan memiliki makna suatu perasaan yang membara atau kekuatan, efek, merasa sangat emosional terhadap seseorang. Dengan begitu intensitas dapat disimpulkan menjadi suatu keadaan seseorang melakukan hal secara berulang hingga menghasilkan kesan yang sesuai dan optimal (KBBI, 2025a).

Menurut James P. Chaplin (Chaplin, 2014) intensitas yaitu bentuk kekuatan untuk dapat memperkuat suatu pendapat atau sikap. Dengan begitu intensitas dapat diartikan melakukan sesuatu secara sungguh-sungguh dan berulang-ulang untuk mencapai hasil yang maksimal. Istilah intensitas mengacu pada kualitas tingkat kedalaman meliputi bakat, kapasitas fokus, derajat frekuensi, dan kedalaman pendekatan atau bagaimana seseorang bersikap pada suatu objek. Dengan begitu, frekuensi atau seberapa sering dan berapa lama aktivitas tersebut dilakukan, dapat dikatakan sebagai intensitas menonton (Efinda, 2023).

Kemudian, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata menonton memiliki asal kata yaitu tonton yang artinya melihat (pertunjukkan, gambar yang bergerak, dan sebagainya) (KBBI, 2025b). Jauhari (dalam

Naura Annafisa, 2023) menyatakan bahwa kegiatan menonton merupakan bentuk pemaknaan yang terbentuk dari respon stimulasi panca indera. Dengan begitu, tahapan dalam pembentukan tersebut tidak terlepas dari pengalaman atau ingatan masa lalu khalayak. Sehingga memiliki peran dalam membentuk kecerdasan emosi dan kekuatan konsentrasi berpikir. Danim (dalam Naura Annafisa, 2023) mengatakan bahwa menonton merupakan suatu kegiatan mengamati yang melibatkan tingkat fokus atau tingkat atensi tertentu.

Apabila khalayak sering melakukan interaksi dengan suatu tayangan, maka khalayak tersebut dapat semakin intens dalam memperhatikan sesuatu yang ditontonnya. Dengan begitu, intensitas menonton merupakan suatu tindakan individu yang menyaksikan serta menikmati tayangan youtube *Treasure* dalam waktu tertentu dan menunjukkan seberapa sering, serta seberapa perhatian khalayak terhadap tayangan *Treasure*. Menurut Ardianto & Lukiaty untuk melihat indikator intensitas menonton dapat dilihat melalui tiga aspek (Ardianto, 2017):

- a. Frekuensi, pengulangan perilaku baik dari segi ucapan maupun kebiasaan yang dilakukan seseorang. Frekuensi dapat terjadi dalam penggunaan media yaitu di mana seseorang melakukan perilaku secara berulang dalam penggunaan media. Hal tersebut akan diukur melalui perhitungan seberapa sering audiens atau seseorang mengakses media dalam waktu tertentu.

- b. Durasi, merujuk pada rentan kebutuhan atas waktu yang digunakan seseorang ketika mengakses media. Pengukuran akan hal ini dapat dihitung berdasarkan seberapa lama aktivitas tersebut dilakukan dalam jangka waktu tertentu, misalnya dalam hitungan menit hingga jam secara harian atau mingguan.
- c. Perhatian, pemusatan pikiran yang dilakukan dalam keadaan sadar dan jelas dengan tidak berada di pikiran yang lain dalam artian fokus dengan suatu objek tertentu serta penglihatannya cukup jelas dalam memperhatikan objek yang menjadi target perilaku.

3. Perilaku Imitasi

Menurut Tarde perilaku imitasi merupakan kekuatan meniru yang kuat atau melakukan suatu hal yang sama seperti perilaku atau tindakan seseorang di lingkungannya. Perilaku tersebut dapat terjadi melalui apa yang dilihat oleh mata seseorang, dimana tindakan atau perilaku tersebut memiliki baik atau buruk untuk ditiru. Apapun yang terlihat dengan mata, kemudian otak mulai merespon, serta melakukan perilaku yang sama, itu dapat disebut perilaku imitasi (Anggraeni & Estaswara, 2022).

Menurut Neil Miller dan John Dolar yang keduanya merupakan seorang ahli psikolog mengatakan bahwa imitasi yaitu suatu hasil dari proses pembelajaran yang diperoleh dari meniru orang lain, yang

kemudian proses belajar ini disebut “*social learning*”, di mana seseorang merasa mendapatkan pengetahuan baru melalui apa yang mereka lihat, otak memproses informasi visual tersebut, sehingga memicu tindakan imitasi. Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran dapat terjadi di mana saja selama individu secara sadar meniru pola yang ditangkap oleh indra penglihatannya (Safitri, 2022).

Perilaku imitasi merupakan suatu perilaku yang tidak langsung terjadi secara otomatis, melainkan terbentuk melalui tahapan proses yang kompleks. Hasil dari proses internal ini dapat menjadi pola yang diamati dan kembali dicontoh oleh orang lain. Selain itu, kecenderungan seseorang untuk mengamati figur yang disukai memiliki pengaruh signifikan terhadap munculnya perilaku imitasi tersebut (Juddi, 2019).

Kemudian, perilaku imitasi tersebut berasal dari teori pembelajaran sosial. Albert Bandura menyebutkan terdapat empat aspek yang dapat mempengaruhi perilaku imitasi adalah sebagai berikut (Lizaro dkk., 2022) :

a. Perhatian (*attention*)

Subjek harus meniru tingkah laku seseorang yang dijadikan model olehnya agar perilaku tersebut dapat dipelajarinya, serta subjek harus mementingkan kepribadian, citra diri dan aspek lainnya. Sebagai ilustrasi, artis yang menyukai *fashion style*

dan mengikuti perilaku *fashion style* artis kesukaannya tersebut.

b. Mengingat (*retention*)

Dari hasil pengamatan dan memperhatikan perilaku model, subjek harus menyimpan catatan peristiwa itu dalam ingatannya. Dengan begitu, subjek dapat melakukannya kapan pun mereka mau atau perlu.

c. Reproduksi gerak (*motor reproduction*)

Subjek dapat mengekspresikan dalam suatu bentuk tindakan atau perilaku dari hasil yang telah dipelajari dan diamatinya.

Pada tahap ini, subjek dapat mengaplikasikan hasil dari pengamatan terhadap perilaku seseorang sebelumnya untuk ditiru. Kapasitas serta perkembangan individu dapat ditingkatkan melalui intensitas praktik terhadap perilaku yang baru didapatkan.

d. Motivasi (*motivational*)

Motivasi memiliki peran sebagai suatu dorongan internal maupun eksternal bagi subjek dalam mengerjakan sesuatu yang akan dilakukannya. Dengan begitu, seseorang memerlukan dorongan guna mengikuti tingkah laku yang telah dicontohkan.

G. Kerangka Berpikir

1. Tahap Konsepsi (*Conceptioning*)

Tahap ini menunjukkan dasar teori yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antar-variabel. Adapun asumsi dasar dari teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) yaitu, Khalayak dapat mengamati perilaku tertentu terhadap seseorang melalui media massa dan meniru perilaku tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, individu dapat belajar melalui pengamatan terhadap perilaku orang lain yang ditampilkan media massa tanpa harus mengalami perilaku tersebut secara langsung.

2. Tahap *Judgement*

Variabel teori: Pengamatan Perilaku >> Imitasi

Variabel masalah: Intensitas Menonton >> Perilaku Imitasi.

- Variabel Independen/X nya adalah Intensitas Menonton

Intensitas Menonton adalah suatu tindakan individu yang menyaksikan serta menikmati tayangan dalam waktu tertentu dan menunjukkan seberapa sering, serta seberapa perhatian khalayak terhadap suatu tayangan.

- Variabel Dependen/Y nya adalah Perilaku Imitasi

Perilaku imitasi merupakan suatu perilaku yang tidak langsung terjadi secara otomatis, melainkan terbentuk melalui tahapan proses yang kompleks. Hasil dari proses internal ini

dapat menjadi pola yang diamati dan kembali dicontoh oleh orang lain.

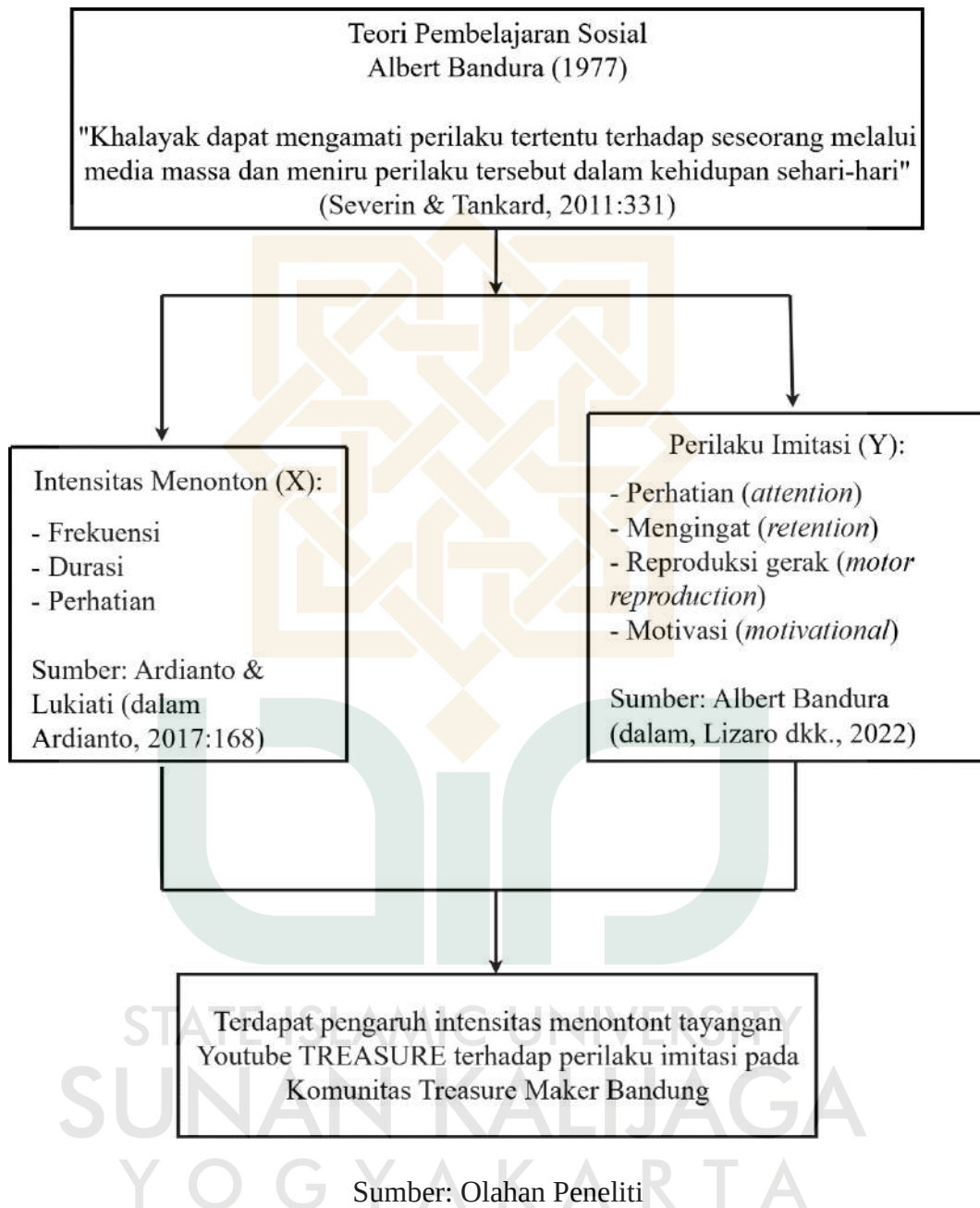
Pada tahap ini menjelaskan bagaimana teori diterapkan pada fenomena nyata, yaitu anggota komunitas Treasure Maker Bandung yang menonton tayangan Youtube TREASURE dan mengamati berbagai perilaku, gaya bicara, penampilan, serta aktivitas anggota TREASURE. Tayangan tersebut menjadi sarana komunikasi massa terjadinya proses pembelajaran sosial melalui pengamatan terhadap perilaku yang ditampilkan oleh anggota TREASURE.

3. Tahap *Reasoning*

Keselarasan antara variabel level teori dan variabel level masalah, dibuat kesimpulan hingga membentuk suatu proposisi.

Rumusan yang didapat: Apabila seseorang menonton tayangan YouTube TREASURE dengan intens, maka akan berpengaruh pada perilaku imitasi.

Bagan 1 Kerangka Berpikir



H. Hipotesis

Menurut Sugiyono, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang masih berupa pertanyaan pada sebuah penelitian kuantitatif. Disebut jawaban sementara karena hasil penelitian hanya berdasarkan teori yang relevan dan belum berdasarkan fakta-fakta empiris. Jadi, dalam penelitian ini, dapat dirumuskan sebuah hipotesis berupa (Sugiyono, 2022):

Ha: Terdapat besaran pengaruh intensitas menonton tayangan youtube TREASURE terhadap perilaku imitasi.

H0: Tidak terdapat besaran pengaruh intensitas menonton tayangan youtube TREASURE terhadap perilaku imitasi.

I. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

a. Definisi Konseptual

1. Intensitas Menonton

a) Frekuensi

Frekuensi merupakan perilaku seseorang yang dilakukan secara berulang. Dalam konteks penggunaan media, yaitu pengulangan perilaku seseorang dalam memanfaatkan atau mengakses suatu media. Selanjutnya, frekuensi diukur dengan menghitung seberapa sering audiens mengakses dan menonton tayangan Youtube TREASURE dalam kurun waktu tertentu, baik

satu kali sehari, satu kali seminggu, atau satu kali sebulan (Ardianto, 2017).

b) Durasi

Rentang waktu yang dihabiskan seseorang untuk tetap fokus pada tayangan Youtube TREASURE yang dalam satu videonya memiliki total waktu tayang 10-20 menit. Durasi dapat diukur dengan mengetahui seberapa lama seseorang mengakses atau menonton konten Youtube TREASURE dalam satu waktu tertentu (Ardianto, 2017).

c) Perhatian

Pemusatan pikiran atau konsentrasi seseorang dalam memperhatikan konten Youtube TREASURE yang sedang ditonton, sehingga perhatiannya tidak mudah teralihkan oleh hal lain di sekitarnya (Wibowo dkk., 2024).

2. Perilaku Imitasi

a) Perhatian (*attention*)

Perhatian merupakan pemusatan pikiran yang sepenuhnya diarahkan pada suatu objek tertentu yang terdapat pada tayangan Youtube TREASURE, dengan tingkat kedalaman yang ditentukan oleh seberapa jelas, detail, dan fokus penuh seseorang menangkap objek tersebut (Rifqi dkk., 2024).

b) Mengingat (*retention*)

Setelah memperhatikan, hasil pengamatan terhadap objek dari tayangan Youtube TREASURE tersebut disimpan dalam ingatan yang tidak hanya melalui pengamatan visual (pakaian dan aksesoris yang dikenakan), tetapi juga melalui verbalisasi (dialek yang digunakan, kata-kata unik yang diucapkan member, dan ekspresi yang ditunjukkan member) yang dapat ditiru sewaktu-waktu (Rifqi dkk., 2024).

c) Reproduksi gerak (*motor reproduction*)

Pada tahap ini, seseorang dapat menunjukkan suatu bentuk tindakan atau perilaku yang tepat sesuai dari hasil yang telah dipelajari dan diamatinya melalui tayangan Youtube TREASURE tersebut, serta harus mampu menunjukkan keterampilan motorik (Anggraeni & Estaswara, 2022).

d) Motivasi (*motivational*)

Motivasi berperan untuk memilih bagian dari respon yang telah dipelajari sebelumnya dan nantinya akan menghasilkan suatu tindakan (Rifqi dkk., 2024).

b. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sesuatu yang menjelaskan sebuah variabel, sehingga variabel tersebut dapat diukur melalui indikator-indikator tertentu. Definisi operasional harus berfokus pada definisi konseptual. Dengan begitu, definisi operasional

menekankan pada elemen-elemen variabel yang dapat diobservasi dan diukur secara empiris (Dr. Juliansyah Noor, 2016). Adapun operasionalisasi variabel item pernyataan ialah sebagai berikut:

Tabel 2 Operasional Variabel Intensitas Menonton

No	Dimensi	Indikator
1.	Frekuensi	1. Saya sering menonton tayangan Youtube TREASURE setidaknya satu kali dalam sehari 2. Saya rutin menonton video konten terbaru TREASURE satu minggu sekali 3. Saya menonton tayangan Youtube TREASURE pada jam yang sama setiap harinya (jam makan siang, istirahat sebelum tidur, minggu akhir pekan). 4. Saya sering menonton ulang tayangan lama TREASURE setidaknya satu kali dalam sehari.
2.	Durasi	1. Dalam satu kali menonton, saya dapat menghabiskan waktu lebih dari 80 menit untuk menonton empat tayangan Youtube TREASURE. 2. Saya dapat menonton satu video hingga selesai dalam satu waktu tanpa jeda (<i>pause</i>) dengan total durasi 20 menit dalam satu video.

		3. Saya mampu menonton lima tayangan Youtube TREASURE dengan durasi 20 menit per videonya yang menghabiskan waktu lebih dari satu jam tanpa merasa bosan.
3.	Perhatian	1. Saat menonton tayangan TREASURE, saya fokus dan tidak melakukan aktivitas lain 2. Saya selalu memperhatikan detail kecil dalam tayangan TREASURE, seperti gaya berpakaian, gerakan, dan ucapan mereka 3. Saya merasa larut dan terbawa suasana baik sedih, maupun senang selama menonton tayangan TREASURE. 4. Saya dapat memahami maksud atau cerita yang disampaikan dalam setiap video Youtube TREASURE.

Tabel 3 Operasional Variabel Perilaku Imitasi

No.	Dimensi	Indikator
1.	Perhatian (<i>attention</i>)	1. Saya memperhatikan dengan detail <i>style</i> pakaian yang dikenakan anggota TREASURE dalam salah satu video Youtube mereka 2. Saya selalu fokus pada cara anggota

		TREASURE berinteraksi satu sama lain saat menonton tayangan mereka 3. Dari tayangan Youtube TREASURE, saya mengamati terkait makanan favorit setiap member dan tertarik untuk mencoba makanan tersebut.
2.	Mengingat (<i>retention</i>)	1. Saya dapat mengingat kata-kata candaan atau ekspresi yang digunakan anggota TREASURE ketika menjawab candaan kepada sesama anggota lainnya dalam salah satu tayangan Youtube mereka. 2. Saya selalu ingat perilaku khas anggota TREASURE dari tayangan Youtube mereka seperti, berperilaku sopan dengan membungkukkan badannya kepada yang lebih tua ataupun <i>good manners</i> yang mereka lakukan 3. Saya mampu mengingat fakta-fakta unik tentang member TREASURE (makanan favorit, dan hobi) yang mereka sebut dan perlihatkan dalam tayangan Youtube tersebut. 4. Saya mampu menyebutkan kembali detail salah

		satu konten TREASURE dengan cepat saat seseorang bertanya tentang hal itu kepada saya.
3.	Reproduksi gerak (<i>reproduction</i>)	1. Saya membeli pakaian dengan model yang mirip seperti pakaian milik member TREASURE yang dikenakan pada salah satu tayangan Youtube mereka. 2. Saya dapat menirukan kebiasaan tertentu dari salah satu anggota TREASURE yaitu, memainkan beberapa helai rambut (Park Jeongwoo), mengembungkan pipi ke kanan dan ke kiri (Kim Doyoung), maupun kebiasaan anggota TREASURE lainnya 3. Saya dapat menggunakan gaya bicara yang mirip dengan salah satu anggota TREASURE 4. Saya memadukan pakaian (<i>mix and match</i>) koleksi pribadi saya agar terlihat seperti <i>style</i> pakaian member TREASURE.
4.	Motivasi (<i>motivation</i>)	1. Saya mendapatkan dorongan dari dalam diri, dengan ingin meniru cara berpakaian anggota TREASURE karena mereka terlihat keren dan percaya diri 2. Setelah menonton konten Youtube mereka,

		saya terdorong untuk meniru kebiasaan anggota TREASURE karena saya merasa lebih dekat dengan mereka ketika melakukan hal serupa 3. Dalam diri saya merasa terdapat dorongan rasa bangga ketika sesama penggemar dan orang lain mengenali kemiripan perilaku atau gaya saya dengan anggota TREASURE.
--	--	---

Sumber: Olahan Peneliti

J. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan tersebut merupakan proses penelitian memberikan hasil temuan baru yang dalam tahapannya memerlukan berbagai prosedur baik secara statistik yaitu dengan pengukuran, dan fokus terhadap suatu objek atau subjek yang memiliki makna tertentu, yang dapat disebut variabel (Jaya, 2020).

Sugiyono (2017) menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu metode yang merujuk pada filsafat positivisme, kemudian untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, serta analisis data yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Ardyan dkk., 2023).

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu berupa penyebaran kuesioner kepada objek penelitian, guna memperoleh data yang bersifat objektif dan *valid*.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Proses pengumpulan data penelitian akan berlangsung selama 2 bulan, dimulai pada bulan Maret – April 2026. Sebelum hasil data terkumpul, responden yang menerima kuesioner penelitian telah ditetapkan, yaitu Anggota komunitas Treasure Maker Bandung. Kuesioner tersebut berupa *Google Form* yang akan disebarakan pada waktu yang telah ditentukan.

3. Populasi, Ukuran Sampel, dan Teknik *Sampling*

a. Populasi

Darmawan (2016) menyatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan data penelitian dalam skala besar yang mencakup seluruh elemen, baik berupa individu, objek, maupun indikator ukur lainnya yang menjadi fokus utama dalam suatu penelitian (Renggo & Kom, 2022).

Menurut Arikunto populasi adalah keseluruhan item penelitian. Apabila seorang peneliti memilih melibatkan seluruh elemen yang berada dalam wilayah penelitiannya, maka dapat disebut populasi (Roflin & Liberty, 2021).

Menurut definisi tersebut populasi merupakan seluruh elemen yang telah memenuhi kriteria, yang dibuat oleh peneliti, dan akan menjadi subjek dalam penelitian tersebut. Populasi yang akan dibutuhkan untuk penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas Treasure Maker Bandung.

Komunitas Treasure Maker Bandung merupakan salah satu komunitas penggemar yang cukup aktif dalam mengadakan *event* komunitas, baik *event-event* kecil maupun *event* besar. Dengan begitu penulis lebih tertarik memilih komunitas Treasure Maker Bandung sebagai subjek penelitian.

b. Ukuran Sampel

Keseluruhan dari populasi merupakan makna dari sampel, dengan karakteristik dan jumlah tertentu, sesuai kebutuhan peneliti. Namun, jika populasi memiliki jumlah yang besar, maka tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari keseluruhan elemen tersebut. Dengan begitu, peneliti hanya akan mengambil sampel, agar dapat mewakili dari jumlah keseluruhan populasinya secara akurat dan juga bersifat representatif. Kemudian sampel tersebut dapat diteliti dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2022).

Berdasarkan pernyataan diatas anggota Komunitas Treasure Maker Bandung akan digunakan menjadi sampel penelitian, baik yang menonton tayangan YouTube TREASURE maupun yang tidak

menonton tayangan YouTube TREASURE. Adapun pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Kesalahan (*Error Tolerance*)

Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh melalui grup WhatsApp official komunitas Treasure Maker Bandung yaitu sebanyak 444 anggota pada tahun 2026. Jumlah tersebut tidak bersifat tetap, karena keanggotaan komunitas yang berpotensi mengalami perubahan dari waktu ke waktu.

Gambar 9 Jumlah anggota komunitas Treasure Maker Bandung



Sumber: Akun WhatsApp Treasure Maker Bandung, diakses pada 15 Januari 2026, pukul 11.11 WIB

Peneliti memastikan survey tepat sasaran dengan cara membagikan kuesioner hanya di grup Treasure Maker Bandung. Baik berupa penambahan maupun pengurangan anggota hingga penelitian ini selesai dilaksanakan. Berdasarkan rumus diatas dengan jumlah populasi anggota komunitas Treasure Maker Bandung tersebut, dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$n = \frac{444}{1 + 444 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{444}{1 + 444 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{444}{1 + 4,44}$$

$$n = \frac{444}{5,44}$$

$$n = 81,62$$

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin diatas, batas error yang digunakan yaitu 10% dan memiliki hasil 81,62 sehingga dapat dibulatkan menjadi 82 responden.

c. Teknik *Sampling*

Peneliti memilih teknik *Purposive sampling*, yang merupakan sebuah teknik dalam pengambilan sampel secara selektif mengikuti kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2022).

Adapun kriteria yang akan menjadi populasi sampel penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- Hanya anggota komunitas Treasure Maker Bandung
- Memiliki akses menggunakan media sosial
- Mengetahui serta mengikuti aktivitas grup Treasure, khususnya melalui platform Youtube.

4. Jenis Data

Peneliti menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder sebagai alat untuk mengumpulkan data penelitian. Adapun data-data tersebut sebagai berikut:

a. Data Primer

Data yang diperoleh peneliti secara langsung dari informan pertama atau sumber utama tanpa melalui perantara (Sugiyono, 2022:194). Perolehan hasil dari data tersebut didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden tentang pengaruh intensitas menonton tayangan Youtube TREASURE terhadap perilaku imitasi pada komunitas Treasure Maker Bandung.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung dengan merujuk pada jenis informasi yang didapatkan peneliti melalui perantara atau tidak secara langsung, seperti pemanfaatan dokumen resmi, maupun

artikel ilmiah terdahulu (Sugiyono, 2022:194). Dalam penelitian ini data tersebut didapatkan melalui banyak sumber, baik buku, jurnal, dan lainnya yang memiliki kaitannya dengan sesuatu yang sedang diteliti.

5. Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data peneliti memilih teknik kuesioner yaitu, suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden, dan kemudian responden dapat menjawab keseluruhan pertanyaan atau pernyataan tersebut untuk menghasilkan data yang akan digunakan oleh peneliti, guna menjawab rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2022).

Kemudian, proses pengukuran terhadap setiap variabel penelitian ini, peneliti menerapkan model *skala likert* yang dirancang khusus guna menganalisis sikap, pandangan, dan penilaian seseorang maupun kelompok terhadap suatu isu sosial tertentu (Sugiyono, 2022). Skor penilaian untuk setiap jawaban responden dalam kuesioner penelitian ini ditetapkan berdasarkan ketentuan pada tabel berikut:

Tabel 4 Skor Pernyataan

No	Pernyataan	Simbol	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Olahan Peneliti

6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk menguji ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi dan data yang dimiliki oleh peneliti. Valid merupakan instrumen penelitian yang terdapat dalam penelitian, dan kemudian digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen tersebut dapat dikatakan valid, ketika saat pengujian mampu menghasilkan data pengukuran yang reliabel dan sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2022).

Kemudian uji validitas adalah alat guna menguji tingkat efektivitas dan ketelitian sebuah instrumen pengujian dalam menjalankan fungsinya, dan untuk mengetahui jika instrumen pengukuran yang digunakan telah sesuai dan tersusun dengan benar serta mampu mengukur sesuatu yang perlu diukur. Dan pengujian ini dasarnya diperlukan untuk mengetahui akurat atau tidaknya suatu kuesioner (Darma, 2021).

Dalam pengujian validitas, peneliti menggunakan SPSS sebagai instrumen pengujian validitas, melalui teknik korelasi *Bivariate Pearson* atau *product moment pearson*.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten, terpercaya, dan

terbebas dari kesalahan pengukuran (*measurement error*). Sedangkan instrumen dari uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang telah dihasilkan dapat reliabel atau bersifat tangguh (Darma, 2021).

Untuk mengukur reliabilitas, peneliti menerapkan rumus *Cronbach Alpha*. Berdasarkan formula pengujian tersebut mengatakan bahwa, sebuah variabel dapat dikategorikan reliabel apabila nilai *alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,6 (Darma, 2021). Adapun rumus dari *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian butir soal

σ_t^2 : Varian total

7. Pengolahan dan Analisis Data

Keseluruhan data yang telah terkumpul akan melalui tahap analisis data. Dalam tahapan ini data dikelompokkan mengikuti variabel dan karakteristik responden, melakukan proses tabulasi data, menghasilkan

data penelitian, serta melakukan perhitungan statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022).

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik berfungsi sebagai alat untuk menilai validitas model regresi yang dihasilkan dalam penelitian. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan dua cara, yaitu uji multikolinearitas, dan uji normalitas. Kemudian, terdapat beberapa persyaratan asumsi dalam model regresi yaitu, hubungan antarvariabel bebas tidak menunjukkan adanya multikolinearitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

a. Uji Normalitas

Dalam tahapan pengujian statistik terdapat uji normalitas yang dilakukan untuk menganalisis distribusi residual dalam model regresi. Adapun tujuan dari adanya pengujian ini untuk memastikan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal sekaligus menguji karakteristik sebaran data tersebut (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, uji normalitas yang akan dipakai yaitu tes satu sampel atau sampel Kolmogorov-Smirnov melalui SPSS.

b. Uji Linearitas

Pengujian selanjutnya yaitu uji linearitas yang berfungsi untuk dapat menilai apakah variabel yang terdapat dalam

penelitian ini menunjukkan hubungan yang searah atau tidak secara signifikan (Julita dkk., 2022). Pengujian linearitas dapat dilakukan melalui *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05, dengan memantau kolom *Sig.* pada *ANOVA table*. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai *Deviation from Linearity* yaitu, jika nilai signifikansi tersebut lebih besar dari ($>$) 0,05 maka kedua variabel dinyatakan memiliki hubungan linear. Sebaliknya, apabila nilainya lebih kecil dari ($<$) 0,05, maka hubungan antara variabel X dan Y dinilai tidak linier (Melanie & Siregar, 2025).

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Apabila varians residual pada setiap pengamatan bersifat tetap, kondisi tersebut dapat disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varians residual berbeda-beda, maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi kondisi homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

b. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menerapkan analisis regresi linear sederhana sebagai alat utama untuk menganalisis data. Metode ini digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh atau hubungan antara satu variabel bebas (Independen) terhadap satu variabel terikat (Dependen) (Safitri, 2022). Adapun model persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

a : Konstanta

b : Koefisien variabel X

X : Variabel independen

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh intensitas menonton tayangan Youtube TREASURE terhadap perilaku imitasi pada komunitas Treasure Maker Bandung, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton tayangan Youtube Treasure terhadap perilaku imitasi anggota komunitas Treasure Maker Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel intensitas menonton (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku imitasi (Y), dengan dibuktikan melalui hasil uji regresi linear sederhana yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 35,834. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R square sebesar 0,309 yang berarti bahwa intensitas menonton tayangan Youtube Treasure memberikan pengaruh sebesar 30,9% terhadap perilaku imitasi, sedangkan sisanya sebesar 69,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Penelitian ini juga memperkuat teori pembelajaran sosial (*Social Learning Theory*) dari Albert Bandura yang menjelaskan bahwa seseorang dapat mempelajari dan meniru perilaku melalui proses pengamatan terhadap

media massa. Dalam konteks penelitian ini, anggota komunitas Treasure Maker Bandung mengamati perilaku anggota TREASURE melalui tayangan Youtube, kemudian sebagian perilaku tersebut muncul dalam bentuk perilaku imitasi di kehidupan sehari-hari, seperti gaya berpakaian, kebiasaan, cara berbicara, hingga aktivitas tertentu yang terinspirasi dari anggota TREASURE.

Hasil penelitian ini pun selaras dengan makna dari Q.S An-Nahl ayat 78 yang menjelaskan bahwa manusia memperoleh pengetahuan melalui pendengaran, penglihatan dan hati atau akal sebagai sarana memahami informasi sehingga dapat mempengaruhi perilakunya. Dengan demikian, tayangan Youtube TREASURE dapat menjadi sumber pembelajaran sosial yang mempengaruhi perilaku imitasi anggota komunitas Treasure Maker Bandung.

B. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dalam beberapa aspek. Namun, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait maupun pengembangan ilmu komunikasi selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji atau meneliti fenomena serupa diharapkan untuk mempertimbangkan variabel lain dalam konteks yang sama yaitu komunitas penggemar. Selain itu, mengingat penelitian ini hanya berfokus pada platform Youtube, penelitian mendatang diharapkan dapat mengeksplorasi platform media sosial yang lain, seperti TikTok, Weverse sebagai alat untuk melihat apakah

terdapat perbedaan pola imitasi atau seberapa jauh media digital mampu membentuk perilaku realitas penggemar dalam skala yang lebih luas.

Bagi para anggota komunitas Treasure Maker Bandung diharapkan melalui konten-konten TREASURE tersebut dapat selalu memberikan pengaruh positif yang memotivasi para penggemarnya dalam berkarya atau beraktivitas sehari-hari. Dengan begitu, kegemaran menonton Youtube atau konten mereka tidak hanya menjadi hiburan, namun dapat menjadi sarana pembelajaran sosial yang memberikan pengaruh baik bagi pengembangan diri, maupun untuk komunitas.



DAFTAR PUSTAKA

- Ambriyani, N., Palawa, A. H., Dahliani, & Anugrah, M. R. (2025). Teori Pembelajaran Sosial. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 7334–7346. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/3155>
- Anggraeni, K., & Estaswara, B. H. (2022). Pengaruh Menonton Tayangan Kekerasan Serial Animasi BoBoiBoy di Televisi Terhadap Perilaku Imitasi Anak. *Publish: Basic and Applied Research Publication on Communications*, 1(1), 25–36.
- Ardianto, E. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arduyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., Anurogo, D., Ifadah, E., & Judijanto, L. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Asnurida, R. (2026, Maret 25). Respons TREASURE Soal Julukan Meme Group, Haruto: Itu Daya Tarik Kami. *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/korea/kpop/respons-treasure-soal-julukan-meme-group-00-syg99-6bs39j>
- Ath-Thabari, A. J. M. J., Amin, B. H., & Mukti, M. (2007). *Tafsir Ath-Thabari*. Pustaka Azzam. <https://books.google.co.id/books?id=rqEJkAEACAAJ>
- Chaplin, J. P. (2014). *Kamus Lengkap Psikologi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R²)*. Guepedia.
- Dewi, E. (2020, Januari 6). YG Entertainment Ungkap Nasib Boy Grup Baru TREASURE, Satu Member Hengkang. *WowKeren.com*. <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00290845.html>
- Dr. Juliansyah Noor, S. E. M. M. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group. <https://books.google.co.id/books?id=VnA-DwAAQBAJ>
- Efinda, S. (2023). *Pengaruh intensitas menonton drama korea terhadap perilaku imitasi mahasiswa jurusan Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Mataram Tahun 2023*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi-Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Helfines, M. (2025). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Imitasi Peserta Didik di SMA N 5 Padang. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 11(1), 40–46. <https://jurnal.umsu.ac.id:444/index.php/edutech/article/view/21383>
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=yz8KEAAQBAJ>
- Juddi, M. F. (2019). *Komunikasi Budaya Dan Dokumentasi Kontemporer*. Unpad Press. <https://books.google.co.id/books?id=EbmcDwAAQBAJ>
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953–2957. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- KBBI. (2025a). *Arti Kata Intensitas di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. from <https://kbbi.web.id/intensitas>
- KBBI. (2025b). *Arti Menonton di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. from <https://kbbi.lektur.id/menonton>
- Kustiawan, W., Efendi, E., Candra, W., & Zein, P. R. (2023). Dampak Korean Wave (Hallyu) Bagi Budaya Indonesia Sebagai Dampak Dari Globalisasi Media. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 561–569. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7684718>
- Lizaro, F., Sarwoko, T. A., & Sitinah. (2022). Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Kelurahan Cempaka Baru Di Jakarta Pusat. *MADHANGI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(01). <https://ojsfikom.mputantular.ac.id/index.php/fikom/article/view/5>
- Luviani, A., & Delliana, S. (2020). Pengaruh terpaan tayangan animasi nussa official (cuci tangan yuk) di youtube terhadap perilaku imitasi anak. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Melanie, S. R. P., & Siregar, Y. B. (2025). Pengaruh Brand Ambassador “Sabrina Chairunnisa” dan “Deddy Corbuzier” Terhadap Minat Beli Jiwater di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi Widyanita*, 3(2), 464–478. <https://nemjournal.utarki.ac.id/index.php/widyanita/article/view/286>
- Naura Annafisa, N. (2023). *Perbedaan Pengaruh Menonton Film Penyalin Cahaya Terhadap Motivasi Membela Korban Pelecehan Seksual (Studi Eksperimen pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)*.
- Novianti, E., & Sos, S. (2021). *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Penerbit Andi.

- Rakhmat, J., & Aktual, I. (2021). Psikologi Komunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.
- Rifqi, M., Fatgehipon, A. H., & Istiqomah, N. (2024). Perilaku Imitasi Peserta Didik Terhadap Kekerasan Melalui Tayangan Tinju Selebriti Berdasarkan Pembelajaran Sosial (Studi Kasus: Peserta Didik SMP Negeri 222 Jakarta). *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 2685–2696. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/288>
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Penerbit Nem.
- Rohana, V. S. (2024). Treasure Maker's Motivation to Love TREASURE Boyband. *Acta Diurna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 15–27. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2024.20.2.12281>
- Safitri, L. A. (2022). *Pengaruh Intensitas Tayangan NCT di Channel YouTube NCT terhadap Perilaku Imitasi dan Fanatisme pada Komunitas NCTzen di Semarang*.
- Sari, I. P., Irawatie, A., & Kusumastuti, R. D. (2020). Pengaruh Komunikasi Nctzen Indonesia terhadap perilaku Memilih NCT Dream. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts*, 3(01), 40–50.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa* (5 ed.). Kencana.
- Sugiyono, D. (2022). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Warini, S., Hidayat, Y. N., & Ilmi, D. (2023). Teori belajar sosial dalam pembelajaran. *ANTHOR: Education and Learning Journal*, 2(4), 566–576.
- Wibowo, T., Sujiono, S., & Putranto, D. (2024). Pengaruh Meditasi Anapanasati terhadap Perhatian Siswa Kelas IX pada Materi Brahma Wihara di SMP Negeri 2 Keling. *Jurnal Simki Pedagogia*, 7(2), 554–565. <https://doi.org/10.29407/jsp.v7i2.803>