

**Pengaruh Fanatisme dan Konformitas Penggemar terhadap
Budaya *Fandom Boyband* BTS di Indonesia**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Diajukan oleh:

FAUZIA LATIFA NUR'AINI

20321167

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH FANATISME DAN KONFORMITAS PENGGEMAR TERHADAP
BUDAYA *FANDOM BOYBAND* BTS DI INDONESIA



PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH FANATISME DAN KONFORMITAS PENGGEMAR TERHADAP BUDAYA *FANDOM BOYBAND* BTS DI INDONESIA

Disusun oleh:

FAUZIA LATIFA NUR'AINI
20321167

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 10 Juni 2025

Dosen Penguji :

Ketua : Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D.

NIDN. 0506038201

Anggota : Ratna Permatasari, S.I.Kom, M.A.

NIDN. 0509118601

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Dr. Zaki Habibi, M. Comms

NIDN. 0517078101



PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Surat Pernyataan Integritas Akademik

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fauzia Latifa Nur'Aini
Tempat dan Tanggal Lahir : Sleman, 1 April 2002
Alamat : Banyuwirip, Margoagung, Seyegan, Sleman, Yogyakarta
NIM : 20321167
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa seluruh karya akademik yang saya hasilkan selama melaksanakan perkuliahan di Program Studi Hubungan Internasional adalah karya saya sendiri yang dikerjakan secara jujur dan independen dengan:

1. Tidak menggunakan jasa pihak ketiga (joki) dalam pengerjaan karya akademik atau menjadi pihak ketiga dalam pengerjaan karya akademik mahasiswa lain. Semua kontribusi yang telah diberikan oleh pihak lain dalam penulisan karya akademik saya telah sesuai dengan aturan dan tercantum dengan benar.
2. Tidak melakukan plagiasi yang berupa pengakuan atas hasil karya akademik orang lain. Segala gagasan atau data yang didapatkan dari karya atau pemikiran orang lain telah melalui proses parafrase dan dicantumkan pada sitasi.
3. Tidak melakukan manipulasi menggunakan kecerdasan buatan atau perangkat lunak otomatis lainnya untuk pengerjaan hal substansial dalam penulisan karya akademik.

Apabila di masa mendatang setelah kelulusan saya, ditemukan informasi yang membuktikan bahwa salah satu atau sebagian karya akademik saya tidak merupakan hasil kerja saya sendiri dan/atau merupakan pelanggaran atas pernyataan saya di atas, saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai dengan regulasi yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 9 Mei 2025




Fauzia Latifa Nur'Aini

MOTTO

”Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

*“Success is not final; failure is not fatal:
It is the courage to continue that counts.”*

(Winston S. Churchill)

PERSEMBAHAN

Karya penulisan Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Saya persembahkan skripsi ini kepada Bapak, Ibu, dan Kakak saya yang selalu memberikan dukungan, pengorbanan, dan doa yang dipanjatkan terus menerus.
2. Dosen dan staff Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia terkhusus dosen pembimbing saya Pak Iwan.
3. Ketujuh *member* BTS yang menjadi penyemangat dalam proses pengerjaan tugas akhir.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat serta salam tak lupa saya haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafa'at kepada umatnya sehingga kita dapat merasakan zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Penulisan tugas akhir ini saya tulis untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Penulis masih menyadari banyaknya keterbatasan dalam proses penulisan dan penyajian tugas akhir ini, karena adanya keterbatasan yang penulis miliki, oleh sebab itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran bagi pembaca sehingga penulis dapat memperbaiki pada penulisan selanjutnya.

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui bagaimana pengaruh yang di timbulkan oleh fanatisme dan konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS di Indonesia. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan oleh peneliti dihasilkan jumlah terbesar pada *cell* fanatisme yang sangat rendah dan kurangnya minat terhadap budaya *fandom*, yaitu 63,9% dimana 36 orang terkena fanatisme yang sangat rendah dan 23 orang memiliki minat yang kurang terhadap budaya *fandom*. Sedangkan jumlah terbesar pada *cell* konformitas yang buruk dan kurangnya minat terhadap budaya *fandom*, yaitu 57,5% dimana 40 orang terkena konformitas yang buruk dan 23 orang memiliki minat yang kurang terhadap budaya *fandom*.

Berdasarkan pengujian hipotesis didapatkan hasil, bahwa kedua hipotesis diterima berdasarkan variabel (X1) fanatisme didapatkan hasil nilai t hitung 10,473 lebih besar > dari nilai hitung 1,984 dan variabel (X2) konformitas didapatkan hasil nilai t hitung 2,302 lebih besar > dari nilai hitung 1,984, dimana H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan adana pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X1,X2) terhadap variabel dependen (Y). Dapat dikatakan berdasarkan hasil uji hipotesis diatas terdapat pengaruh fanatisme dan konformitas yang signifikan terhadap budaya *fandom boyband* BTS di Indonesia. Proses pengukuran variabel fanatisme diatas menggunakan lima indikator

diantaranya mempunyai sifat antusias yang ekstrem, mempunyai rasa emosi yang tinggi, mempunyai jangka waktu yang lama, hal yang diyakini dianggap selalu benar, dan membenarkan sesuatu sesuai yang mereka yakini. Sesuai dengan hasil olah data menggunakan uji t didapatkan adanya pengaruh fanatisme penggemar terhadap budaya fandom boyband BTS di Indonesia. Sedangkan hasil pengukuran variabel konformitas diatas juga dilakukan menggunakan beberapa indikator diantaranya kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan.

Adanya keterbatasan penulis, tidak terlepas tanpa adanya dukungan dari orang-orang sekitar yang selalu memberikan support, masukan serta doa yang tak ada habisnya. Penulis mengucapkan terimakasih secara khusus kepada:

1. Kepada kedua orang tua yang penulis cintai, terimakasih selalu memberikan dukungan serta doanya yang tidak pernah putus. Nasehat yang diberikan juga menjadi pegangan peneliti dalam mengambil langkah dalam proses pengerjaan tugas akhir.
2. Kepada kakak tercinta, walaupun sering gengsi penulis ucapkan terimakasih karena selalu mengingatkan untuk mengerjakan tugas akhir ini.
3. Kepada Ibu Dr. Phil. Qurotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog, selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
4. Kepada Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph. D, selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Kepada Bapak Narayana M. Prastya, S.Sos., MA, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Kepada teman-teman SMA terkhusus Paryud, Brew, Ega, Cuiim, dan hawa yang selalu memberikan dukunganya dalam bentuk motivasi semangat untuk mengerjakan skripsi.
7. Kepada teman-teman seperjuangan ILKOM UII 2020 terkhusus Lydia, Nizli, dan Anan yang sudah memberikan petunjuk-petuahnyanya.
8. Kepada Dosen dan Staff Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Peneliti menyadari banyaknya kekurangan dalam penulisan ini dengan rendah hati penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini berguna sebagai referensi untuk para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

**Yogyakarta,
Penulis**

Fauzia Latifa Nur'Aini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Hipotesis Penelitian	14
G. Definisi Konseptual.....	15
H. Definisi Operasional.....	17
I. Metode Penelitian	22
BAB II	29
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	29
A. Bangtan Soenyeondan (BTS).....	29
B. Sejarah Bangtan Sonyeondan (BTS).....	31
C. Army (<i>Adorable Representative MC for Youth</i>).....	33
BAB III.....	35
TEMUAN HASIL PENELITIAN	35

A. Identitas Responden	35
B. Variabel Fanatisme	37
C. Tabel Kategori Variabel Fanatisme	48
D. Variabel Konformitas.....	50
E. Tabel Kategori Variabel Konformitas	61
F. Variabel Budaya <i>Fandom</i>	63
G. Tabel Kategori Variabel Budaya <i>Fandom</i>	74
H. Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>)	76
BAB IV	78
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	78
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	78
B. Uji Asumsi Klasik.....	82
C. Uji Korelasi.....	85
D. Analisis Regresi Linier Berganda	85
E. Pengaruh Fanatisme Penggemar terhadap Budaya <i>Fandom</i>	88
F. Pengaruh Konformitas Penggemar terhadap Budaya <i>Fandom</i>	90
G. Pengaruh Fanatisme dan Konformitas Penggemar terhadap Budaya <i>Fandom</i>	91
BAB V	92
PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Keterbatasan Penelitian.....	93
C. Saran	94
Daftar Pustaka	95
Lampiran	100
Lampiran	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	18
Tabel 1. 2	19
Tabel 1. 3	20
Tabel 1. 4	23
Tabel 1. 5	24
Tabel 3. 1	36
Tabel 3. 2	37
Tabel 3. 3	37
Tabel 3. 4	38
Tabel 3. 5	39
Tabel 3. 6	40
Tabel 3. 7	40
Tabel 3. 8	41
Tabel 3. 9	42
Tabel 3. 10	42
Tabel 3. 11	43
Tabel 3. 12	44
Tabel 3. 13	44
Tabel 3. 14	45
Tabel 3. 15	46
Tabel 3. 16	46
Tabel 3. 17	47
Tabel 3. 18	49
Tabel 3. 19	50
Tabel 3. 20	51
Tabel 3. 21	51
Tabel 3. 22	52
Tabel 3. 23	53
Tabel 3. 24	53
Tabel 3. 25	54
Tabel 3. 26	55
Tabel 3. 27	55
Tabel 3. 28	56
Tabel 3. 29	56
Tabel 3. 30	57
Tabel 3. 31	58
Tabel 3. 32	58
Tabel 3. 33	59
Tabel 3. 34	60
Tabel 3. 35	60
Tabel 3. 36	62
Tabel 3. 37	63

Tabel 3. 38	64
Tabel 3. 39	64
Tabel 3. 40	65
Tabel 3. 41	66
Tabel 3. 42	66
Tabel 3. 43	67
Tabel 3. 44	67
Tabel 3. 45	68
Tabel 3. 46	69
Tabel 3. 47	69
Tabel 3. 48	70
Tabel 3. 49	71
Tabel 3. 50	71
Tabel 3. 51	72
Tabel 3. 52	72
Tabel 3. 53	73
Tabel 3. 54	75
Tabel 3. 55	76
Tabel 3. 56	77
Tabel 4. 1	78
Tabel 4. 2	79
Tabel 4. 3	80
Tabel 4. 4	82
Tabel 4. 5	83
Tabel 4. 6	84
Tabel 4. 7	84
Tabel 4. 8	85
Tabel 4. 9	86
Tabel 4. 10	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	21
Gambar 2. 1 <i>Member</i> BTS.....	29
Gambar 2. 2 Logo BTS.....	32
Gambar 2. 3 Logo <i>Army</i>	33
Gambar 4. 1.....	83

ABSTRAK

Nur'Aini, Fauzia Latifa. 20321167. Pengaruh Fanatisme dan Konformitas Penggemar terhadap Budaya *Fandom Boyband* BTS di Indonesia. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2025.

Fenomena fanatisme dan konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS di Indonesia sedang marak pada akhir-akhir ini terutama pada kalangan Gen Z. Kurangnya literasi, terbawa perasaan sehingga mengenyampingkan logika, dan mudah di doktrin menjadikan masyarakat Indonesia terutama *fandom* bertindak gegabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku fanatisme dan konformitas penggemar, mengidentifikasi aspek fanatisme dan konformitas yang disebabkan oleh *fandom*, dan menjadi wawasan bagi orang lain.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survei, jumlah sampel sebanyak 100 orang dengan teknik pengumpulan data *online* (G-Form). Berdasarkan pengujian hipotesis didapatkan hasil, bahwa kedua hipotesis tersebut diterima bahwa terdapat pengaruh fanatisme dan konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS di Indonesia. Sifat fanatik ini dapat ditunjukkan juga dengan sikap antusias seseorang yang merasa dirinya mempunyai ikatan yang kuat dengan emosi dan cinta yang telah lama dirasakannya. Dapat dikatakan juga konformitas seorang penggemar biasanya terjadi karena dorongan oleh beberapa faktor diantaranya adanya tekanan sosial yang berlaku pada suatu kelompok, sebagai bentuk mematuhi aturan atau norma yang berlaku pada kelompok tersebut, dan adanya kecemasan berlebih karena tidak diakui masuk ke dalam kelompok tersebut.

Kata kunci: Fanatisme, Konformitas, BTS, Budaya *Fandom*.

ABSTRACT

Nur'Aini, Fauzia Latifa. 20321167. The Influence of Fan Fanaticism and Conformity on BTS Boyband Fandom Culture in Indonesia. Department of Communication Science, Faculty of Psychology and Social Sciences, Islamic University of Indonesia. 2025.

The phenomenon of fanaticism and fan conformity towards the fandom culture of the boy band BTS in Indonesia has been rampant lately, especially among Gen Z. Lack of literacy, being carried away by feelings that leave aside logic, and being easily taught makes Indonesian society, especially the fandom, act rashly. This research aims to analyze fans' fanaticism and conformity behavior, identify aspects of fanaticism and conformity caused by fandom, and provide insight for others.

This type of research is quantitative descriptive with a survey method, the number of samples is 100 people with online data collection techniques (G-Form). Based on the hypothesis testing, the results obtained are that both hypotheses are accepted that there is an influence of fanaticism and fan conformity on the BTS boyband fandom culture in Indonesia. This fanatic nature can also be shown by the enthusiastic attitude of someone who feels that they have a strong bond with the emotions and love that they have felt for a long time. It can also be said that the conformity of a fan usually occurs because of encouragement by several factors including the existence of social pressure that applies to a group, as a form of obeying the rules or norms that apply to the group, and excessive anxiety because they are not recognized as being part of the group.

Keywords: *Fanaticism, Conformity, BTS, Boyband Fandom.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya K-Pop menjadi tren yang sering diperbincangkan oleh masyarakat pada akhir-akhir ini. Adanya globalisasi menjadi faktor utama dalam berkembangnya budaya K-Pop di Indonesia, banyaknya media sosial menjadi tempat untuk saling berbagi mengenai informasi tentang dunia K-Pop dan banyaknya industri market Korea yang telah memasuki pasar di Indonesia. Dari banyaknya market Korea yang mulai masuk ke dalam tanah air membuat masyarakat sangat tertarik dengan hal-hal dari negeri gingseng tersebut seperti *fashion*, *makeup*, makanan pendidikan, dan K-Pop hallyu. K-Pop hallyu merupakan *culture* pop yang berasal dari Korea Selatan hal itu menjadikan beberapa masyarakat khususnya di Indonesia menjadi sangat fanatik dengan K-Pop terutama berdasarkan jenis musiknya (Etikasari, 2018).

Fandom berasal dari komunitas penggemar K-Pop yang terlibat kepada hal-hal yang merujuk pada *idol* K-Pop, *boyband*, dan *girlband*. Istilah *fandom* biasanya menentukan keterlibatan individu dalam memberikan informasi, membuat karya, berdiskusi, dan berkegiatan amal yang mengatas namakan *Boyband idol* K-Pop. Komunitas *fandom* mempunyai tradisi dan budaya yang unik sehingga membuat sesama penggemar mempunyai ikatan emosional yang kuat (Sri, 2022).

Fanatisme itu sendiri berasal dari Bahasa latin *fanaticus* yang berarti mempunyai amarah, atau bisa disebut sebagai sikap individu terhadap suatu hal yang mereka sukai hingga menjadikannya kuat dalam hal tersebut. Menurut beberapa ahli fanatisme berarti suatu bentuk antusias (*enthusiasm*) yang berlebihan, sedangkan *enthusiasm* itu sendiri berarti ketertarikan

individu kepada suatu objek yang mereka sukai (Eliani, Yuniardi, & Masturah, 2018).

Sikap antusias yang berlebihan dapat memberikan beberapa efek negatif maupun positif tetapi dapat dilihat dari para penggemar menyikapi hal tersebut, beberapa penggemar mengharuskan mempunyai apa yang *idol* mereka punya dan hal tersebut merujuk kearah negatif. Sikap dari beberapa penggemar yang mempunyai sifat fanatik terhadap *boyband* BTS seperti harus memiliki barang yang sama atau kebiasaan hidup mereka harus sama, sehingga mempengaruhi budaya baik dari segi negatif maupun positif (Pratiwi & Uyun, 2022).

Menurut Jannah (2014) pada jurnalnya, Thorne dan Brunner (2006) telah membahas mengenai karakteristik apa saja yang mempengaruhi perilaku fanatisme diantaranya adanya keterlibatan internal yang mempengaruhi sifat fanatisme atas kemauan diri sendiri terhadap hal yang disukai. Selanjutnya adanya keterlibatan eksternal yang mempengaruhi sifat fanatisme atas keterlibatan individu atau kelompok kepada hal yang mereka sukai (Jannah, 2014).

Adapun pengaruh positif dari fanatisme yang mempengaruhi budaya seperti adanya peningkatan popularitas dan dukungan terhadap suatu objek, mendorong individu atau komunitas untuk membuat suatu karya, mempengaruhi suatu individu untuk berinteraksi dengan dunia sekitarnya ataupun luar, pengaruh dari segi komersial terhadap industri hiburan dan kreatif. Adapun pengaruh negatif dari fanatisme yang mempengaruhi budaya adanya perdebatan konflik antar sesama penggemar sehingga menyebabkan persaingan (Purwatiningsih, 2023).

Konformitas adalah suatu pengaruh sosial yang dapat mengubah perilaku individu yang beracuan oleh norma sosial. Adapun hal yang menyebabkan individu bersikap konformitas adalah adanya harapan untuk kelompok tersebut sehingga membuat individu tersebut diterima oleh kelompoknya. Adapun pengaruh konformitas yang mempengaruhi budaya seperti adanya sikap konsisten dalam mempertahankan norma sosial,

memberikan pengaruh kepada generasi yang selanjutnya, mempengaruhi mayoritas akan perkembangan budaya, adanya kontribusi dalam membuat suatu identitas budaya, dan terlalu menekankan sikap konformitas membuat adanya keterlambatan inovasi (Parawansa & Nasution, 2022).

Fenomena *fandom* yang ada di Indonesia menyebar sangat luas sehingga mencakup banyak hal diantaranya *fandom* musik, *fandom* drama, *fandom* anime dan manga, bahkan hingga *fandom* gaming. *Fandom* musik menjadi salah satu komunitas yang sangat besar yang ada di Indonesia dengan berbagai *boyband* dan *girlband*. Dari banyaknya market Korea yang mulai masuk ke dalam tanah air membuat masyarakat sangat tertarik dengan hal-hal dari negeri gingseng tersebut seperti *fashion*, *makeup*, makanan, pendidikan, dan K-Pop hallyu (Etikasari, 2018).

Fandom berasal dari komunitas penggemar K-Pop yang terlibat kepada hal-hal yang merujuk pada *idol* K-Pop, *boyband*, dan *girlband*. Istilah *fandom* biasanya menentukan keterlibatan individu dalam memberikan informasi, membuat karya, berdiskusi, dan berkegiatan amal yang mengatas namakan *boyband idol* K-Pop. Sikap dari beberapa fans yang mempunyai sifat fanatik terhadap *boyband* BTS seperti harus memiliki barang yang sama atau kebiasaan hidup mereka harus sama, sehingga mempengaruhi budaya baik dari segi negatif maupun positif. Selanjutnya adanya keterlibatan eksternal yang mempengaruhi sifat fanatisme atas keterlibatan individu atau kelompok kepada hal yang mereka sukai (Janah, 2014).

Penggemar yang bersikap konformitas bertujuan untuk menunjukkan adanya harapan untuk kelompok tersebut sehingga membuat individu tersebut diterima oleh kelompoknya. Kelompok penggemar atau *fandom* musik menjadi salah satu komunitas besar yang ada di Indonesia terutama dari kalangan *fandom boyband* dan *girlband*.

Contoh penerapan konformitas suatu *fandom* terhadap *boyband* BTS dalam kehidupan sehari-hari seperti mengikuti *style* mode fashion hal tersebut menjadikan penjualan suatu barang mengalami kenaikan yang

signifikan, menggunakan *make up* dan *skin care* dari *brand* asal korea, dan menggunakan bahasa atau istilah dari bahasa Korea. Sedangkan contoh fanatisme suatu *fandom* terhadap *boyband* BTS seperti *stalking* melalui media sosial maupun secara langsung dan mengarah kepada kehidupan pribadi *idol*, *cyberbullying* suatu *fandom* fanatik kepada orang atau kelompok yang mengancam *boyband* yang mereka sukai, dan kekerasan fisik yang dilakukan *fandom* kepada individu yang mengancam *boyband* BTS (Christofora, 2023).

Pada penelitian ini ada beberapa hal yang membuat peneliti tertarik dengan judul Pengaruh Fanatisme dan Konformitas Penggemar Terhadap Budaya *Fandom Boyband* BTS di Indonesia. Adapun hal-hal yang membuat peneliti tertarik, pada saat ini remaja sedang dalam masa pencarian jati diri atau krisis identitas. Adanya pengaruh dari budaya disekitarnya menjadi pemicu utama terbentuknya jati diri karena adanya interaksi antar individu maupun kelompok (Insan, 2023). Banyaknya komunitas penggemar *army* di Indonesia juga menjadi hal yang menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini dan peneliti juga merupakan seorang *army*. Pada penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh Fanatisme K-pop Terhadap Perilaku Imitasi Remaja (Studi Komunitas Purple Army Pekanbaru) dan Pengaruh Konformitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palangka Raya terhadap Budaya Nongkrong di Kafe juga menjadi tolak ukur bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Fenomena konformitas dan fanatisme *fandom* terhadap *boyband* K-Pop pada saat ini menjadi fenomena yang sering terjadi di tengah masyarakat Indonesia. Kurangnya literasi, terbawa perasaan sehingga mengenyampingkan logika, dan mudah di doktrin menjadikan masyarakat Indonesia terutama *fandom* bertindak gegabah. Oleh sebab itu akan banyak dampak yang disebabkan oleh *fandom boyband* BTS jika permasalahan tersebut dibiarkan.

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh fanatisme penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS?
2. Bagaimana pengaruh konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perilaku terhadap pengaruh fanatisme dan konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS.
2. Mengidentifikasi aspek yang disebabkan *fandom* terhadap pengaruh fanatisme dan konformitas.
3. Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai fanatisme dan konformitas penggemar budaya *fandom* terhadap *boyband* BTS.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sebuah proses belajar untuk mendapatkan hasil yang lebih kritis dalam melakukan penelitian. Berguna untuk menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti. Diharapkan peneliti dapat memahami wawasan tentang fanatisme gaya hidup dan budaya K-Pop sehingga dapat menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya pengaruh fanatisme.

2. Manfaat Praktis

Peneliti juga berharap penelitian ini berguna bagi masyarakat yang sedang membutuhkan riset mengenai fanatisme dan konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS sehingga dapat membantu menjelaskan masalah tersebut.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan sebelum penelitian ini dilaksanakan serta membantu membantu sebagai referensi pada penelitian ini. Peneliti mendapatkan 4 penelitian terdahulu yang berhubungan dan sejalan dengan penelitian yang sedang dilakukan, penelitian itu di antaranya:

a. Pengaruh Fanatisme K-Pop Terhadap Perilaku Imitasi Remaja (Studi Komunitas *Purple Army* Pekanbaru)

Dalam skripsi yang telah dilakukan oleh Dea Aulia pada tahun 2020 dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fanatisme K-Pop terhadap perilaku imitasi di Pekanbaru menggunakan metode statistic deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode penelitian kuantitatif teknik analisis regresi linier untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fanatisme dengan memberikan seperangkat pertanyaan berupa angket online (G-Form) kepada 57 responden.

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana pengaruh fanatisme K-Pop terhadap perilaku imitasi di Pekanbaru, berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Dea Aulia menunjukkan adanya pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku fanatisme pada *purple army* di Pekanbaru. Hasil dari pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti terhadap pengaruh fanatisme K-Pop terhadap perilaku imitasi remaja (Studi Komunitas *Purple Army* Pekanbaru) adalah sebesar 60,1% dan sisanya 39,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Terdapat sebuah perbedaan dalam penelitian ini. Penelitian ini membahas tentang pengaruh fanatisme K-Pop terhadap perilaku imitasi remaja (Studi Komunitas *Purple Army* Pekanbaru).

Sedangkan peneliti akan membahas pengaruh fanatisme terhadap gaya hidup dan budaya *fandom boyband* BTS dimana peneliti melakukan kebaruan pada perbedaan gaya hidup dan budaya *fandom boyband* BTS. Maka penelitian yang telah dilakukan ini dinyatakan sejalan dan berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan, sehingga dapat dijadikan sebuah referensi untuk penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini. Letak persamaan dapat dilihat dalam membahas sebuah variabel yaitu pengaruh fanatisme (X1) terhadap budaya *fandom boyband* BTS (Y) dimana peneliti juga akan membahas mengenai fanatisme tetapi berbeda variabel (Y1, Y2) (Aulia, 2020).

b. Pengaruh Budaya Korean Populer di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Tangerang Selatan

Skripsi yang telah dilakukan oleh Siti Aisyah pada tahun 2021 dari Universitas Islam Negeri Jakarta ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya korean populer terhadap perilaku keagamaan islam di kota Tangerang Selatan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah menggunakan observasi, kuisisioner, dan dokumentasi. Menggunakan metode positivistik penelitian kuantitatif dengan teknik pengukuran untuk mendapatkan hasil fenomena sosial.

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana pengaruh budaya korean di media sosial terhadap perilaku keagamaan islam di kota Tangerang Selatan. Hasil dari pengumpulan data yang dilakukan oleh Siti Aisyah ini adalah terdapat pengaruh budaya korean pop di media sosial terhadap perilaku keagamaan islam sebesar 22,1% sedangkan sisanya 77,9% disebabkan oleh factor lain.

Terdapat sebuah perbedaan dalam penelitian ini, dimana penelitian ini membahas mengenai budaya korean terhadap

perilaku keagamaan islam di kota Tangerang Selatan sedangkan peneliti akan membahas mengenai pengaruh fanatisme *fandom* terhadap gaya hidup dan budaya pada *boyband* BTS. Walaupun sejalan, penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh fanatisme terhadap gaya hidup dan budaya *fandom boyband* BTS (Aisyah, 2021).

c. Pengaruh Konformitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palangka Raya terhadap Budaya Nongkrong di Kafe

Skripsi yang telah dilakukan oleh Hikmah pada tahun 2022 dari Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konformitas dan perilaku konsumtif mahasiswa iain palangka raya terhadap budaya nongkrong di kafe. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan observasi dan kuesioner berupa angket. Menggunakan metode penelitian kausal asosiatif dengan metode kuantitatif.

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana pengaruh konformitas dan perilaku konsumtif mahasiswa iain palangka raya terhadap budaya nongkrong di kafe. Hasil dari pengumpulan data yang dilakukan oleh Hikmah ini adalah terdapat pengaruh konformitas terhadap budaya nongkrong di kafe memiliki nilai 0,689 atau 68,9%.

Terdapat sebuah perbedaan dalam penelitian ini, dimana penelitian ini membahas mengenai pengaruh konformitas dan perilaku terhadap budaya sedangkan peneliti membahas mengenai pengaruh fanatisme dan konformitas terhadap budaya *fandom boyband* BTS. Penelitian ini dinyatakan sejalan karena ada dampak pengaruh dari konformitas terhadap budaya (Hikmah, 2022).

d. Kontribusi Identitas Sosial terhadap Konformitas pada Penggemar K-Pop

Penelitian yang diterbitkan ke dalam jurnal yang telah dilakukan oleh Desiyani Arum Rengganis pada tahun 2016 dari Universitas Gunadarma memiliki tujuan untuk mengetahui kontribusi identitas sosial terhadap konformitas pada penggemar K-Pop. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan uji hipotesis dengan teknik regresi linier.

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana kontribusi identitas sosial terhadap konformitas pada penggemar K-Pop. Hasil yang telah didapatkan oleh Desiyani Arum Rengganis terdapat pengaruh kontribusi identitas sosial terhadap konformitas sebesar 17,9%.

Terdapat sebuah perbedaan dalam penelitian ini, penelitian ini membahas tentang pengaruh kontribusi identitas sosial terhadap konformitas penggemar K-Pop sedangkan peneliti membahas pengaruh fanatisme dan konformitas terhadap budaya *fandom boyband* BTS. Maka penelitian yang telah dilakukan ini dinyatakan sejalan dan berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, sehingga dapat dijadikan sebuah referensi untuk penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti (Rengganis, 2017).

2. Kerangka Teori

a. Korean Pop (K-Pop)

K-Pop atau korean Pop merupakan suatu genre musik yang sangat terkenal berasal dari Korea Selatan dan dapat disebut sebagai *hallyu*. Sedangkan istilah *hallyu* berarti suatu gelombang yang menyebar yang berisi tentang budaya Korea Selatan dengan mencakup beberapa aspek didalamnya. Aspek yang mencakup tentang budaya Korea diantaranya K-Drama, *movie*, *fashion*, *make-up*, kuliner, dan termasuk K-Pop (El-Yana, 2021). Adapun

ciri khas dari K-Pop itu sendiri yang pertama adalah terdapat beberapa genre musik di dalamnya seperti R&B, Hip Hop, Pop, dan musik *dance*. Kedua adalah penampilan dan visual yang menarik bagi para penggemar dengan konsep baru setiap musimnya. Ketiga adalah proses produksi yang mahal dilakukan oleh profesional dengan itu hasil rekaman gambar maupun video mempunyai kualitas yang sangat bagus. Keempat adalah adanya koreografi pada setiap musik video, koreografi pada musik K-Pop terkenal sulit dan harus diimbangi dengan latihan bersama ahlinya. Keenam adalah adanya interaksi dengan penggemar yang sering dilibatkan oleh agensi masing-masing (Anwar, 2018).

Penyebaran K-Pop tidak terlepas dari adanya pengaruh media sosial, para penggemar dengan mudahnya mencari informasi secara *up to date*. Proses interaksi dengan idola mereka juga lebih mudah karena adanya *platform-platform* yang sudah disediakan oleh agensinya masing-masing. Adapun dampak dari mudahnya mencari informasi menjadikan penggemar kecanduan tentang K-Pop. Adanya batasan dalam penggunaan media sosial juga sangat dibutuhkan dalam hal ini (Cahyantika, Sari, Saleh, & Firmansyah, 2023).

b. Budaya *Fandom*

Budaya secara umum merujuk kepada cara hidup suatu individu atau kelompok masyarakat. Budaya itu sendiri sering dikaitkan dengan ras, bangsa, etnis, dan norma-norma. Budaya itu mencakup cara hidup individu termasuk identitas diri, seni musik, gaya hidup, makanan, bahkan hingga cara berkomunikasi antar sesama individu bahkan kelompok (Liliweri, 2003).

Budaya *fandom* adalah budaya penggemar terhadap hal yang mereka sukai. Budaya *fandom* tersebut merujuk kepada sebuah tradisi yang dilakukan oleh penggemar untuk memberikan

dukungan kepada sebuah karya. Keterlibatan penggemar tidak hanya sebatas menghafal karya mereka tetapi juga mengikuti segala aktivitas yang berkaitan dengan *idol* sehingga menimbulkan kefanatikan bahkan hingga mengubah perilaku sehari-hari mereka (Perbawani & Nuralin, 2021).

Proses terbentuknya budaya *fandom* banyak melibatkan faktor seperti adanya sebuah karya seperti adanya music video yang dapat menarik minat *fandom*, komunitas juga menjadi tolak ukur dari perkumpulan *fandom* yang ada, media sosial juga menjadi salah satu tempat untuk berkomunikasi secara langsung dengan *idol* yang mereka idolakan.

c. Fanatisme

Fanatisme merupakan suatu keyakinan individu dalam dalam meyakini sesuatu sehingga individu tersebut melakukan hal sesuai apa yang mereka yakin. Menurut beberapa ahli fanatisme berarti suatu bentuk antusias (*enthusiasm*) yang berlebihan, sedangkan *enthusiasm* itu sendiri berarti ketertarikan individu kepada suatu objek yang mereka sukai. Dapat disimpulkan pengertian fanatisme adalah suatu keyakinan yang bersifat fanatik pada suatu hal secara berlebihan (Eliani, Yuniardi, & Masturah, 2018).

Fanatisme terhadap suatu kelompok biasanya merujuk kepada tingkat kefanatikan yang sangat ekstrim sehingga sulit untuk menerima pandangan yang berbeda dari apa yang mereka anut. Fanatisme pada suatu kelompok dapat merugikan suatu individu maupun kelompok tersebut, sulitnya menerima informasi menjadikan konflik atau kekerasan kepada hal yang mereka tidak sukai (Fachrosi et al, 2020).

Fanatisme K-Pop menjadi sangat kuat juga dipengaruhi oleh musik, fashion, bahkan personalitas member. Adanya dedikasi

yang tinggi oleh para penggemar untuk membeli album, *merchandise*, membeli tiket konser, aktif di media sosial bahkan adanya dukungan secara emosional yang dilakukan penggemar membuat menjadi bentuk dukungan yang positif, beda halnya dengan diikuti sifat fanatisme yang menjadikannya bersifat negatif. Proses terbentuknya fanatisme juga disebabkan oleh beberapa faktor seperti identifikasi suatu kelompok yang cenderung mengakibatkan sifat fanatisme, tidak puas terhadap suatu hal yang menyebabkan orang tersebut bersifat fanatisme, dan yang terakhir manipulasi (Purwatiningsih, 2023).

Fanatisme tersebut dapat diukur dengan beberapa indikator yang dikembangkan dari pengertian beberapa ahli diantaranya mempunyai sifat antusias kepada sesuatu dengan sangat ekstrem, mempunyai rasa emosi yang tinggi kepada suatu hal diimbangi dengan rasa cinta, mempunyai jangka waktu yang lama dalam hal mengikuti sesuatu, meyakini apapun yang mereka anggap adalah hal yang benar, dan membenarkan sesuatu sesuai yang mereka yakini (Aulia, 2020).

d. Konformitas

kecenderungan seseorang terhadap sesuatu sehingga dapat merubah perilaku dan kepercayaan orang mengikuti perilaku dan kepercayaan orang lain (Yunaila & Etika, 2020). Konformitas adalah fenomena sosial dimana suatu individu dapat mengubah perilaku sosial mereka berdasarkan suatu kelompok masyarakat. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya tekanan yang menurut mereka baik sehingga diterapkan ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Perubahan perilaku tersebut dapat bersifat secara terang-terangan adapun faktor yang mendorong individu bersikap konformitas adalah adanya kebutuhan penerimaan sosial (Wardani & Anggadita, 2021).

Adanya konformitas terhadap suatu kelompok menjadikan individu mengikuti perilaku yang tidak mereka sukai hanya untuk mendapatkan validitas dari kelompok tersebut. Adapun konformitas terhadap K-Pop adalah dengan cara mengikuti cara berpakaian bahkan mengikuti rutinitas kehidupan para *idol* K-Pop hanya untuk mendapatkan sebuah validasi oleh suatu individu maupun kelompok bahwa mereka tidak ketinggalan zaman (Rengganis, 2017).

Proses terbentuknya konformitas disebabkan oleh beberapa faktor seperti adanya tekanan sosial seperti ekspektasi orang terhadap kita, kepentingan sosial seperti seharusnya mematuhi norma yang berlaku di sekitar, dan perasaan kecemasan sosial seperti takut tidak dianggap oleh kelompok tersebut. Penggemar yang melakukan konformitas kepada suatu kelompok disebabkan oleh butuhnya pertimbangan untuk memutuskan sesuatu (Rahmayanthi, 2017).

Menurut Sears (1985) pada penelitian yang dilakukan oleh Novi Julita konformitas dapat diukur dengan beberapa indikator diantaranya kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan (Julita, 2020).

e. Komunitas Penggemar

Sekumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama yang dan ingin mewujudkannya secara bersama-sama (Mulyana, 2005). Tanpa sadar manusia sejak lahir selalu terlibat dalam setiap kelompok seperti keluarga dan agama tertentu (Maryati & Suryawati, 2001). Adapun konsep dari kelompok tersebut adalah adanya kumpulan antar individu yang merupakan komponen penting dari suatu kelompok, interaksi sosial juga menjadi hal penting dalam suatu kelompok karena menjadi salah satu cara berkomunikasi antar individu, mempunyai visi misi yang sama sehingga dapat mencapainya secara bersama-sama, dan yang

terakhir adalah saling mempengaruhi. Menurut pengertian di atas dapat disimpulkan cirri-ciri kelompok adalah adanya dua orang atau lebih, adanya sebuah interaksi, adanya tujuan, dan adanya sebuah peran pada setiap anggotanya (Tutiasri, 2016)

Proses perkembangan komunikasi kelompok dapat dilihat dari empat tahap berikut:

1). *Forming* (Pembentukan)

Anggota kelompok yang baru bertemu dan dalam masa pengenalan dengan anggota lainnya. Anggota kelompok juga memahami tugas masing-masing individu serta memahami tujuan kelompok tersebut. Terdapat perasaan cemas yang menghinggapi setiap individu.

2). *Storming* (Pertengkaran)

Pada tahap ini mulai adanya pertengkaran atau perselisihan antar individu pada kelompok tersebut serta adanya perbedaan pendapat dan keinginan yang ingin dituruti.

3). *Norming* (Pembentukan Norma)

Pada tahap ini mulai menerima perbedaan pendapat dan mencari jalan tengah dari permasalahan tersebut. mulai dibentuk aturan dan norma serta tingkat kepatuhan yang semakin tinggi.

4). *Performing* (Pertunjukan)

Pada tahap ini produktivitas kelompok semakin meningkat dengan proses kerjasama yang baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Tutiasri, 2016).

F. Hipotesis Penelitian

Istilah hipotesis adalah suatu pernyataan yang bersifat sementara karena membutuhkan kebenaran yang harus diuji atau dibuktikan terlebih dahulu. Dalam proses pembuktian kebenaran pada hipotesis dibutuhkan beberapa rangkaian untuk mengujinya (Sugiyono, 2013:64). Adapun

hipotesis yang digunakan oleh peneliti adalah terdapat pengaruh fanatisme dan konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS. Berdasarkan pernyataan diatas hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh fanatisme penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS di Indonesia
2. Adakah pengaruh konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS di Indonesia

G. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan mengenai karakteristik suatu masalah yang akan diteliti. Sesuai dengan landasan teori yang telah dijelaskan di atas dapat dipaparkan sesuai masing-masing variabel, sebagai berikut:

1. Variabel Independen

a. Variabel Independen (X1) : Fanatisme

Istilah fanatisme merupakan suatu keyakinan individu untuk meyakini gagasan tertentu sesuai yang mereka yakini. Adapun ketertarikan individu kepada suatu objek secara berlebihan juga merupakan salah satu dari sifat fanatisme. Fenomena fanatisme seringkali bersifat negatif, pemberian pemahaman kepada suatu individu maupun kelompok penting untuk dilakukan supaya tidak salah bertindak dan berakibat fatal (Eliani, Yuniardi, & Masturah, 2018).

Pengaruh fanatisme dapat dilihat berdasarkan keseriusan atau keterkaitan individu untuk masuk terlibat ke dalam suatu keyakinan tertentu. Kurang adaptifnya individu untuk membuka gagasan baru. Terlalu agresif dalam berinteraksi dengan individu dapat menimbulkan maksud lain sehingga terjadi perselisihan.

Fanatisme menjadi fenomena yang mempunyai kecenderungan merugikan individu maupun kelompok masyarakat. Oleh sebab itu proses pemahaman disini sangat dibutuhkan untuk mencegah adanya fanatisme yang merugikan sekitar (Febriany, Santi, & Ananta, 2022).

b. Variabel Independen (X2) : Konformitas

Konformitas merupakan perubahan atau penyesuaian individu kepada norma yang berlaku pada kelompok tersebut. Bentuk perubahan yang terjadi dapat berupa perilaku maupun sikap individu dengan adanya tekanan maupun tidak ada tekanan dari kelompok tersebut. Banyaknya tuntutan norma tertulis maupun mulut ke mulut yang berlaku pada suatu kelompok memberikan efek yang kuat kepada individu (Mardison, 2016).

Pengaruh konformitas pada individu disebabkan hubungan yang erat antar individu dibarengi dengan kesepakatan pada kelompok tersebut. Sedangkan pengaruh konformitas terhadap suatu kelompok *fandom* K-Pop seperti anggota kelompok wajib mengikuti aturan yang berlaku di agensi. Gaya *fashion* harus sesuai dengan *fashion stylist* yang telah ditunjuk oleh agensi, adanya *gap* antara kehidupan pribadi dengan pekerjaan, dan pengambilan keputusan harus sesuai dengan keputusan agensi (Mardison, 2016).

2. Variabel Dependen

a. Variabel Dependen (Y) : Budaya *Fandom*

Budaya merupakan sebuah identitas dari suatu wilayah atau lebih sering disebut sebagai tradisi. Tradisi ini dikenal juga sebagai suatu kebiasaan atau pola hidup yang dilakukan secara turun-temurun dari zaman nenek moyang. Budaya ini menjadi ciri khas pada setiap kelompok, adanya tradisi menjadikan kelompok

tersebut semakin dikenal dengan tradisi yang berbeda sebagai contohnya adalah budaya K-Pop (Abusyairi, 2013).

Istilah *fandom* hampir mempunyai arti yang sama dengan kelompok yaitu sekumpulan dua individu atau lebih sehingga membuat suatu kelompok. Secara lebih spesifik *fandom* adalah komunitas yang bergerak atau memiliki minat yang tinggi pada K-Pop terutama penggemar *boyband* dan *girlband* Korea. Besarnya pengaruh *fandom* menjadikan sebuah fenomena yang berkaitan dengan hal-hal besar seperti fanatisme dan konformitas (Perbawani & Nuralin, 2021).

Pengaruh adanya budaya *fandom* membuat masyarakat mengetahui mengenai adanya musik, film, dan drama Korea Selatan. Adanya identitas pada setiap kelompok penggemar, membuat pop art tentang K-Pop, dan pemasaran produk Korean yang masuk Indonesia. Hubungan saling mempengaruhi antara budaya dan *fandom* membentuk pengaruh baru bagi masyarakat Indonesia (Purba & Sholekhah, 2019).

H. Definisi Operasional

1. Variabel Independen

a. Variabel Independen (X1) : Fanatisme

Menurut Dea Aulia dari pengertian beberapa ahli dapat fanatisme dapat diukur dengan beberapa indikator, adapun indikator tersebut (Aulia, 2020) :

1) Mempunyai sifat antusias yang ekstrem

Suatu kondisi dimana seseorang menunjukkan minat yang tinggi terhadap sesuatu hal. Pengaruh emosional pada tahap ini sangat berpengaruh dalam menentukan dampak positif maupun negatif. Antusiasme yang tinggi dapat berpengaruh terhadap

produktivitas seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tetapi sebaliknya jika tidak dapat mengatur tingkat antusiasme dapat menyebabkan lelah yang berkepanjangan.

2) Mempunyai rasa emosi yang tinggi

Kondisi dimana perasaan dilibatakan dengan adanya pengalaman pribadi yang mempengaruhi kondisi hati seseorang. Adanya pengalaman pribadi seseorang dapat berpengaruh besar terhadap emosi seseorang karena adanya perubahan perasaan yang dirasakan orang tersebut.

3) Mempunyai jangka waktu yang lama

Kondisi dimana seseorang menyukai suatu hal dalam jangka waktu yang lama sehingga sudah tertanam menjadi kebiasaan sehingga sulit untuk dirubah.

4) Hal yang diyakini dianggap selalu benar

Kondisi dimana seseorang meyakini suatu hal dan merasa benar tanpa mengindahkan pendapat orang lain. Sikap ini bersifat negatif karena membuat seseorang sulit untuk mendapatkan masukan dari orang lain.

5) membenarkan sesuatu sesuai yang mereka yakini

Kondisi dimana seseorang selalu membenarkan semua tindakan yang mereka yakini tanpa mau mendengarkan pendapat orang lain.

Tabel 1. 1

Tabel Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Deskripsi	Indikator	Skala Pengukuran	No Soal
1	Fanatisme	Fanatisme merupakan suatu keyakinan individu dalam dalam meyakini sesuatu sehingga	Mempunyai sifat antusias yang ekstrem, mempunyai rasa emosi yang tinggi,	Sangat setuju (SS), setuju (S), cukup	1-15

		individu tersebut melakukan hal sesuai apa yang mereka yakini.	mempunyai jangka waktu yang lama, hal yang diyakini dianggap selalu benar, dan membenarkan sesuatu sesuai yang mereka yakini.	setuju (CS), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).	
--	--	--	---	--	--

b. Variabel Independen (X2) : Konformitas

Menurut Sears (1985) dalam penelitian yang dilakukan oleh Novi Julita terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi sifat konformitas diantaranya adalah (Julita, 2020) :

1) Kekompakan

Kondisi suatu kelompok yang mempunyai visi dan misi yang sama sehingga dapat mencapai cita-cita sesuai tujuan oleh kelompok tersebut.

2) Kesepakatan

Kondisi dimana individu dengan individu maupun kelompok telah menyepakati suatu tujuan yang sama tanpa adanya paksaan antara dua pihak tersebut.

3) Ketaatan

Kepatuhan seseorang terhadap sesuatu yang mereka yakini tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Tabel 1. 2

Tabel Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Deskripsi	Indikator	Skala Pengukuran	No Soal
----	---------------------	-----------	-----------	------------------	---------

1	Konformitas	Konformitas adalah fenomena sosial dimana suatu individu dapat mengubah perilaku sosial mereka berdasarkan suatu kelompok masyarakat.	Kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan.	Sangat setuju (SS), setuju (S), cukup setuju (CS), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).	1-17
---	-------------	---	--	--	------

2. Variabel Dependen

a. Variabel Dependen (Y) : Budaya *Fandom*

Menurut Siti Aisyah pada penelitiannya budaya *fandom* dapat diukur dengan beberapa indikator diantaranya (Aisyah, 2021) :

1) Produksi

Kondisi dimana adanya proses yang menghasilkan barang maupun jasa dengan nilai tambah didalamnya, tetapi dalam konteks ini yang perlu digaris bawahi adalah adanya perubahan input menjadi output terhadap seseorang.

2) Regulasi

Kondisi dimana adanya serangkaian aturan yang wajib ditaati oleh setiap anggotanya dengan tujuan dapat terlaksananya setiap aturan yang telah diciptakan.

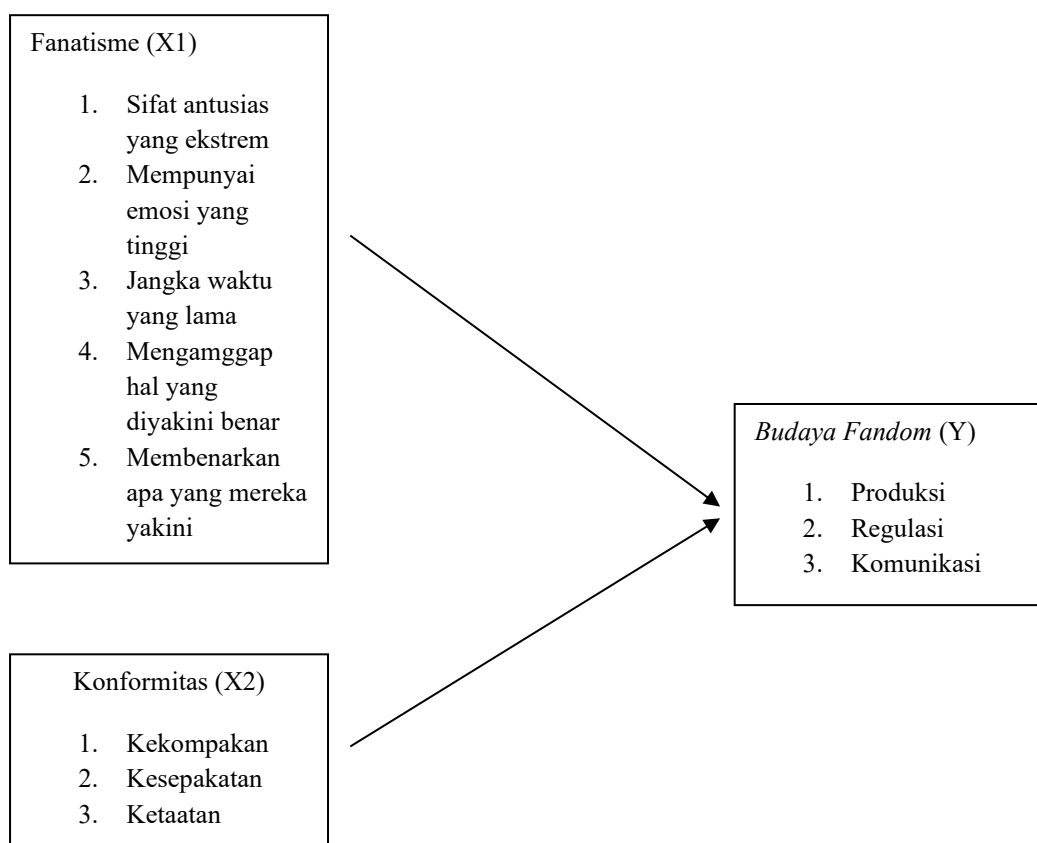
3) Representasi

Kondisi dimana seseorang menggambarkan suatu tindakan yang berbatas namakan suatu kelompok maupun individu.

Tabel 1. 3

Tabel Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Deskripsi	Indikator	Skala Pengukuran	No Soal
1	Budaya fandom	Budaya <i>fandom</i> adalah budaya penggemar terhadap hal yang mereka sukai. Budaya <i>fandom</i> tersebut merujuk kepada sebuah tradisi yang dilakukan oleh penggemar untuk memberikan dukungan kepada sebuah karya.	Produksi, regulasi, dan representasi.	Sangat setuju (SS), setuju (S), cukup setuju (CS), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).	1-18



Gambar 1. 1

Indikator Variabel

I. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dimana objek yang sedang diteliti berdasarkan fakta dan bersifat apa adanya atau objektif (Rosika, 2023). Hal ini dikarenakan mencari tahu pengaruh variabel X1, X2, dan Y secara objektif sesuai dengan teori yang telah dijabarkan di atas. Peneliti ingin mengungkapkan kebenaran yang ada secara objektif dengan fakta atau penyebab terjadinya peristiwa tersebut.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survei dengan teknik pengumpulan data berupa angket *online (G-Form)* (Hardani. et al. 2020). Peneliti menggunakan jenis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan maupun Pengaruh Fanatisme dan Konformitas terhadap Budaya *Fandom Boyband* BTS di Indonesia.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Populasi juga bukan hanya tentang objek yang akan diteliti tetapi juga dengan karakteristik dan sifat yang ada pada setiap populasi (Sugiyono, 2013:80). Dikutip dari *UNAIR NEWS* berdasarkan *The Korea Foundation* terdapat penggemar BTS di seluruh dunia sebanyak 178 juta orang. Berdasarkan sensus yang

dilakukan pada tahun 2022 terdapat 562.280 army di seluruh dunia dan 38.453 diantaranya terdapat di Indonesia (Wahdah, 2024).

b. Sampel

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan tabel *Sample Size From a Given Population Size* dari Krejcie and Morgan (1970) yang dikutip dari buku Uma Sekaran (2003). Berdasarkan tabel tersebut dengan jumlah populasi sebanyak 38.453 menggunakan sampel sebanyak 379 sampel (Sekaran, 2003:294). Tetapi berdasarkan keterbatasan peneliti dengan jumlah sampel yang terlalu besar sebanyak 379 sampel, maka peneliti menjustifikasi sampel sebanyak 100 orang.

Tabel 1. 4

Sample Size From a Given Population Size

<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

Note.—*N* is population size. *S* is sample size.

Source: Krejcie & Morgan, 1970

Peneliti mengumpulkan data menggunakan angket online berupa (*G-Form*). Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

- 1). *Army* berusia 10-30 tahun di Indonesia.
- 2). Minimal menjadi penggemar atau *army* selama 3 bulan.

4. Jenis Data

Penyajian data dalam penelitian ini menggunakan satu jenis data yaitu data primer dimana data asli yang bersifat terbaru dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data berupa angket online (*G-Form*) yang disebarakan kepada responden serta menggunakan pengukuran data skala ordinal (*Likeart*). Skala ordinal (*Likeart*) dalam penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai pendapatan, sikap, dan persepsi mengenai pengaruh fanatisme dan konformitas.

Proses pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan *Kuesioner* berupa *g-form* yang di dalamnya terdapat beberapa pernyataan dan dilengkapi pilihan jawaban seperti tabel dibawah ini.

Tabel 1. 5

Tabel Pengukuran Skala Ordinal (*Likert*)

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak setuju	1

6. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Sebuah kuesioner akan dikatakan valid, apabila pengukuran dalam sebuah pernyataan dinyatakan sah atau benar. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan sebuah uji validitas dengan membandingkan r hitung (correlation item total correlation) dengan r table *egree of freedom* (df)= $n-2$ dengan alpha 0,05. Jika r hitung tersebut dinyatakan lebih besar dibandingkan r table dan nilai r menunjukkan positif, maka pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid (Riyanto & Hatmawan, 2020:63).

b. Reliabilitas

Dalam penelitian ini mengukur uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha* (α) dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden terhadap pengaruh fanatisme dan konformitas. Apabila suatu variabel dikatakan reliabel dengan nilai yang dihasilkan $< 0,06$. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for Windows 29* (Riyanto & Hatmawan, 2020:75).

7. Uji Normalitas

Uji Normalitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran dari sebuah variabel. Pengujian ini dilakukan terhadap masing masing hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Uji Normalitas ini dihitung menggunakan Test of Normality Saphiro-Wilk pada Program computer SPSS for windows. Distribusi akan dikatakan positif atau normal apabila nilai $p > 0,05$ sedangkan apabila $p < 0,05$ maka dikatakan tidak normal atau negative (Riyanto & Hatmawan, 2020:81).

8. Pengolahan Data

a. *Editing*

Editing dalam penelitian ini adalah bentuk proses pengolahan data berupa pengecekan kembali hasil data yang telah dilaksanakan oleh peneliti. Jika terjadi kesalahan atau kekurangan dalam hasil data penelitian maka peneliti harus kembali ke lapangan termasuk verifikasi data.

b. *Coding*

Proses mengklasifikasi hasil data dari jawaban responden menurut jenis, pemberian skor pada setiap jawaban, dan mengidentifikasi hingga memiliki arti ketika sedang menganalisis.

c. Tabulasi

Proses memasukan sebuah hasil data penelitian pada tabel-tabel tertentu lalu mengatur angka dan menghitungnya.

9. Teknik Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji asumsi klasik untuk mengetahui regresi sederhana yang mempengaruhi asumsi-asumsi. Asumsi yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah uji normalitas data, uji linieritas, dan uji heteroskedastisitas (Riyanto & Hatmawan, 2020:137).

b. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi atau tidak. Penelitian ini untuk membuktikan distribusi dengan menggunakan *kolmogorov smirnov test*. Apabila data dalam nilai signifikansi variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal. Apabila data dalam nilai signifikansi variabel lebih kecil dari 0,05 maka dapat

disimpulkan data tersebut berdistribusi tidak normal (Riyanto & Hatmawan, 2020:85).

c. Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah model memiliki hubungan yang linear atau tidak. Model dibentuk berdasarkan tinjauan teoritis bahwa antara variabel independen dan variabel dependen adalah linear. Ketentuan dalam uji *linearity* adalah jika $p > 0,05$ maka data tidak linear dan jika $p < 0,05$ maka data linear.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang menilai adanya ketidaksamaan suatu varian dalam regresi linier. Apabila hasil tidak terpenuhi maka dinyatakan tidak valid, p value pada sebuah variabel harus bernilai $> 0,05$ dan dinyatakan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

e. Uji T (*T-Test*)

Uji t yang dilakukan pada penelitian ini adalah *independent-t test*. Uji ini dilakukan untuk membandingkan rata-rata pada sampel. Adapun ketentuan dari uji t yaitu apabila taraf signifikan $< \alpha$ penelitian (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan apabila taraf signifikan $> \alpha$ penelitian (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

f. Uji F (*F-Test*)

Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel dependen dengan variabel independen secara bersamaan. Sedangkan kriteria pengujian, yaitu: distribusi F dengan derajat kebebasan (n), apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 dinyatakan ditolak dan H_a dinyatakan

diterima. Sedangkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 dinyatakan diterima dan H_a dinyatakan ditolak.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Bangtan Soenyeondan (BTS)

Pada masa tahapan remaja orang-orang cenderung akan mencari jati dirinya untuk membentuk identitas diri dengan cara berekspresi dan mencoba berbagai hal yang baru. Banyak faktor yang mempengaruhi terbentuknya identitas diri salah satunya role model atau idol K-Pop. Seseorang yang berhasil mendapatkan identitas dirinya akan lebih memahami bagaimana kelebihan dan kekurangannya, sedangkan orang yang gagal mencari identitas dirinya akan menyebabkan terbentuknya perilaku fanatisme (Hasanah, 2013).



Gambar 2. 1 Member BTS

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/655484920769256973/>

BTS atau Bangtan Sonyeondan adalah salah satu *boyband* Korea Selatan yang berhasil debut pada tanggal 12 Juni 2013 dengan single pertama mereka No More Dream, dengan memperkenalkan member pada tanggal 13 Juni 2013 yang dinaungi oleh agensi Big Hit Entertainment yang

sekarang berubah nama menjadi HYBE Label. BTS beranggotakan tujuh member yang bernama RM (Kim Namjoon), Jin (Kim Seokjin), Suga (Min Yoongi), J-HOPE (Jung Hoseok), Jimin (Park Jimin), V (Kim Taehyung), dan Jungkook (Jeon Jungkook). Adapun jenis-jenis genre musik yang dibawakan oleh BTS seperti K-POP, HIP-HOP, Rap, Synthpop, Pop Funk, Dansa, dan Pop. Banyaknya para penggemar menjadi faktor utama sebagai ajang lomba untuk memamerkan hal-hal yang berkaitan dengan para membernya. *Army* menjadi julukan untuk *fandom boyband* BTS, adapun penampilan para member yang memukau membuat para *army* berantusias dalam tinggi hingga berujung fanatisme.

BTS dapat dikenal oleh kalangan internasional dikarenakan adanya akses internet dan media sosial yang dapat menjangkau semua informasi yang berasal dari negeri ginseng tersebut. faktor tersebut menjadikan para penggemar mengikuti gaya dan *fashion* BTS yang sangat ideal sehingga membuatnya menjadi *icon mode* dan bekerjasama dengan banyak brand besar yang ada di dunia. Dampak ekonomi yang didapatkan korea selatan juga sangat tinggi yang dihasilkan dari penjualan album dan *merchandise*.

Banyaknya penggemar yang mendukung BTS menjadi salah satu faktor untuk *Hybe Labels* menciptakan aplikasi *weverse*. Aplikasi tersebut bertujuan untuk mempermudah para penggemar untuk berinteraksi dengan idol yang mereka sukai, fungsi dari *weverse* tersebut juga beragam diantaranya sebagai media penghubung untuk pembelian *merchandise* dari idol mereka, dapat untuk melakukan siaran langsung atau *live*, dan sebagai media update untuk para member.

Ketujuh member BTS mempunyai posisi masing-masing dalam group sebagai berikut:

1. RM (Kim Namjoon)
 - *Leader (Ketua Boyband), rapper* utama
 - Berpartisipasi dalam penulisan lirik dan produksi music
 - Ilsan, 12 September 1994

2. Jin (Kim Seokjin)
 - *Vocalis* utama
 - Terlibat akting dalam ragam acara
 - Gwangcheon, 4 Desember 1992
3. Suga (Min Yoongi)
 - *Rapper* utama
 - Berpartisipasi dalam penulisan lirik dan sebagai produser music
 - Daegu, 9 Maret 1993
4. J-Hope (Jung Hoseok)
 - *Rapper* utama, *dancer* utama
 - Berpartisipasi dalam menulis lirik
 - Gwangju, 18 Februari 1994
5. Jimin (Park Jimin)
 - *Vokalis* utama, *dancer* utama
 - Menciptakan koreografi
 - Busan, 13 Oktober 1995
6. V (Kim Taehyung)
 - *Vocalis* utama
 - Menjadi aktor dalam berbagai drama korea
 - Daegu, 30 Desember 1995
7. Jungkook (Jeon Jungkook)
 - *Vocalis* utama
 - Berpartisipasi dalam penulisan lirik dan produksi music
 - Busan, 1 September 1997

B. Sejarah Bangtan Sonyeondan (BTS)

Masa Korean pop atau K-Pop mulai tersebar di Indonesia dengan adanya music video yang mulai merebak pada masyarakat Indonesia. Mulanya tingkat pertama industri K-Pop diduduki oleh boyband generasi

pertama seperti Super Junior dan dilanjutkan oleh generasi EXO tetapi seiring berjalannya waktu posisi tersebut digeser oleh BTS. Adanya pergeseran posisi BTS yang menjadi awal mula karir mereka dimulai pada tahun 2013. Pada tahun 2017 tingkat popularitas yang semakin meningkat seiring dengan berjalannya waktu membuat *boyband* asal Korea Selatan ini semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia dan tentunya merebak hingga ke luar negeri (Qurrotul‘Aini, 2022).



Gambar 2. 2 Logo BTS

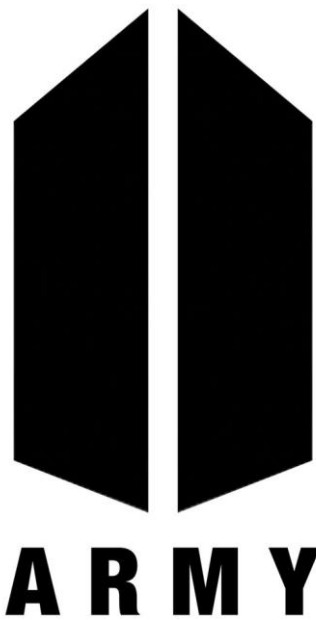
Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/15340454973825676/>

Dengan adanya popularitas yang semakin meningkat menjadikan *boyband* BTS aktif dalam proses pembuatan *project* album dengan berbagai lagu di dalamnya. Proses pengerjaan *project* dengan kemampuan yang dimiliki para member menjadikan lagu yang mereka garap dapat menyabet beberapa penghargaan. Adapun beberapa penghargaan tersebut bersifat internasional diantaranya *Billboard Music Award*, *MTV Europe Music*

Award, dan American Music Award. Faktor yang menarik masyarakat untuk menjadi seorang penggemar dikarenakan lagu yang mereka ciptakan mengandung lirik yang bersifat positif, mengangkat masalah sosial, dan menghargai keberagaman yang ada di dunia. Adanya keterlibatan amal dan kegiatan sosial yang dilakukan secara terbuka sampai bergabung dengan *UNICEF* dan menjadi perwakilan speech yang ditunjuk oleh *PBB* menjadikan nilai plus di mata penggemar (Qurrotul‘Aini, 2022).

C. Army (*Adorable Representative MC for Youth*)

Kelompok penggemar menjadi salah satu hal yang wajib bagi para idol K-Pop, dengan adanya penggemar menjadikan idol K-Pop tersebut termotivasi untuk terus berkarya. *Army* menjadi nama resmi dari kelompok penggemar *boyband* BTS, sebutan untuk penggemar tersebut berlaku untuk di seluruh dunia. Nama kelompok penggemar tersebut diresmikan pada tahun yang sama dengan tahun debut *boyband* BTS yaitu tahun 2013 (Maulana, 2019).



Gambar 2. 3 Logo Army

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/914160424354277843/>

Arti dari *army* atau *Adorable Representative MC for Youth* tersebut adalah *Adorable* berarti adanya daya tarik yang ditampilkan dengan kualitas yang baik dari *boyband* BTS, *Representative* berarti perwakilan dari suatu kelompok kalangan masyarakat yang mempunyai kualitas yang tinggi, *MC* disini mempunyai makna lain yaitu dimana seseorang yang memerankan peran penting bagi suatu kelompok, dan *youth* berarti kalangan anak muda yaitu para member mereka sendiri (Maulana, 2019).

BAB III

TEMUAN HASIL PENELITIAN

Selama berlangsungnya pengumpulan data pengaruh fanatisme dan konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS di Indonesia terdapat hasil yang akan dipaparkan pada bab ini. Adapun hasil temuan penelitian ini akan dijabarkan oleh peneliti dalam bentuk tabel sesuai dengan variabel-variabel yang sudah ditentukan oleh peneliti. Variabel-variabel yang berkaitan diantaranya adalah fanatisme, konformitas, dan budaya *fandom*.

Untuk menentukan jumlah responden yang akan diambil sebagai sampel dilakukan proses justifikasi dengan jumlah populasi sebanyak 38.453 *army* yang ada di Indonesia. Berdasarkan tabel *sample size from a Given Population Size* dihasilkan jumlah N 379 responden, tetapi dengan keterbatasan peneliti jumlah sampel yang akan digunakan dijustifikasikan menjadi 100 responden. Proses pengambilan data dilakukan dengan menggunakan angket online (*G-Form*) yang disebar oleh peneliti melalui twitter dan Instagram di Indonesia.

Adapun keterbatasan yang di alami oleh peneliti dalam proses pengumpulan data berupa kendala dalam mengirimkan *Direct Message* (DM) yang berupa pesan untuk meminta tolong mengisi formulir tersebut pada twitter dengan mengirimkan pesan dalam 1 hari maksimal 10 (DM). Berdasarkan keterbatasan diatas juga berdampak kepada waktu pengumpulan data yang berlangsung dari bulan Agustus sampai dengan bulan Oktober 2024. Proses analisis juga dilakukan pada bulan November 2024 sampai dengan Januari 2025.

A. Identitas Responden

Identitas data yang telah dikumpulkan oleh peneliti terdiri dari usia dan jenis kelamin dari setiap responden. Berikut adalah data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti dalam bentuk kuesioner diantaranya:

1. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data dari responden yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui kuesioner terdapat perbedaan umur yang cukup signifikan oleh beberapa responden, berikut tabel identitas umur responden yang berkisar dari umur 10-27 tahun:

Tabel 3. 1

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
10 Tahun	1	1%
13 Tahun	1	1%
18 Tahun	2	2%
19 Tahun	1	1%
20 Tahun	23	23%
21 Tahun	16	16%
22 Tahun	34	34%
23 Tahun	12	12%
24 Tahun	7	7%
25 Tahun	2	2%
27 Tahun	1	1%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan data karakteristik responden berdasarkan usia diatas telah didapatkan keberagaman usia responden dengan rentang umur 10-27 tahun. Persebaran usia sesuai dengan data diatas mayoritas responden terbanyak jatuh kepada umur 22 tahun dengan jumlah 34 responden, diikuti dengan usia 20 tahun dengan jumlah 23 responden, dan usia 21

tahun sebanyak 16 responden. Sedangkan usia yang lain berkisar dibawah 15 responden.

2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data dari responden yang dikumpulkan oleh peneliti terdapat jenis kelamin pria dan wanita, berikut jumlah jenis kelamin dari data yang telah dilakukan dengan kuesioner:

Tabel 3. 2

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Wanita	97	97%
Pria	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diatas telah didapatkan dengan jumlah terbanyak 97 responden berkelamin wanita dan 3 responden berkelamin pria.

B. Variabel Fanatisme

Variabel pertama yaitu fanatisme, pada penelitian ini variabel . antusias yang ekstrem, mempunyai rasa emosi yang tinggi, mempunyai jangka waktu yang lama, hal yang diyakini dianggap selalu benar, dan membenarkan sesuatu sesuai yang mereka yakini. Berdasarkan tolak ukur 5 indikator diatas dihasilkan temuan hasil dengan cara mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden diantaranya:

Tabel 3. 3

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Total	Persentase
STS	7	7%
TS	29	29%
N	16	16%
S	14	14%
SS	34	34%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 1

Berdasarkan data pada tabel 3.3 menunjukkan apakah *army* mengikuti akun media sosial *member* BTS, sebanyak 34% atau 34 responden sangat setuju dan 14 % atau 14 responden setuju untuk mengikuti akun media sosial *member* BTS. Kurang dari 36% atau 36 responden sangat tidak setuju dan tidak setuju untuk mengikuti akun media sosial *member* BTS dan 16% atau 16 responden memilih untuk netral. Responden yang memilih netral juga dapat melihat ataupun memantau akun *member* BTS tanpa harus mengikuti akun tersebut.

Dalam penelitian ini, responden tidak hanya diberikan pertanyaan tentang akun media sosial *member* BTS tetapi juga akun tentang akun berita *idol member* BTS untuk mendapatkan hasil ukur seperti tabel dibawah ini.

Tabel 3. 4

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	23	23%
TS	20	20%
N	18	18%

S	25	25%
SS	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 2

Sebanyak 25% atau 25 responden setuju untuk mengikuti akun berita serta 14% atau 14 responden sangat setuju untuk mengikuti akun gosip tersebut. Sedangkan 18 responden memilih untuk netral dimana responden dapat melihat berita dari akun media sosial tersebut atau melalui platform yang lain. Kurang dari 43 responden tidak setuju bahkan sangat tidak setuju untuk mengikuti akun berita tersebut karena merasa melihat berita dapat melalui berbagai *platform*.

Tabel 3. 5

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	15	15%
TS	15	15%
N	26	26%
S	22	22%
SS	22	22%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 3

Berdasarkan data pada tabel 3.5 di atas apakah responden akan tetap menggemari idola mereka meskipun banyak yang membicarakan keburukan idola mereka. Sebanyak 26% atau 26 responden memilih untuk netral dengan posisi yang sama sebanyak 22% atau 22 responden memilih untuk sangat setuju dan setuju untuk terus menggemari idola mereka. Pada posisi

yang sama 15% atau 15 responden diduduki oleh responden yang memilih sangat tidak setuju atau tidak setuju untuk tetap menggemari idola mereka ketika ada yang membicarakan tentang keburukan idola mereka.

Tabel 3. 6

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	12	12%
TS	27	27%
N	18	18%
S	24	24%
SS	19	19%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 4

Sebanyak 27% atau 27 responden memilih tidak setuju untuk menonton acara tv maupun *live streaming* yang dibintangi oleh *member* BTS dan 12 responden sangat tidak setuju untuk melihat program yang dibintangi oleh idola mereka. Tetapi 24 responden setuju ditambah 19 responden sangat setuju untuk melihat program tv bahkan *live streaming* yang dibintangi oleh idola mereka dengan 18 responden yang memilih netral.

Tabel 3. 7

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	12	12%
TS	16	16%

N	19	19%
S	25	25%
SS	28	28%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 5

Data di atas menunjukkan lebih dari 50% atau 50 responden setuju bahkan sangat setuju untuk mendengarkan lagu *member* BTS ketika sedang melakukan aktivitas karena membuat perasaan responden membaik. Diimbangi dengan responden yang memilih netral ketika sedang melakukan aktivitas sambil mendengar lagu Member BTS dengan jumlah 19 responden dan kurang dari 35 responden tidak setuju bahkan sangat tidak setuju ketika mendengarkan lagu *member* BTS membuat aktivitas yang kita lakukan menjadi baik.

Tabel 3. 8

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	22	22%
TS	21	21%
N	25	25%
S	19	19%
SS	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 6

Sebanyak 25% atau 25 responden memilih netral, dimana responden netral atau sewajarnya dalam mengidolakan, mencintai, dan segalanya bagi responden. Lebih dari 43% atau 43 responden memilih tidak setuju bahkan

sangat tidak setuju untuk melakukan hal tersebut. Kebalikannya sebanyak 32% atau 32 responden setuju bahkan sangat setuju untuk tetap mengidolakan, mencintai, dan segalanya bagi responden. Hal yang wajar bagi para penggemar untuk mencintai dan mengidolakan idola mereka tetapi tetap dalam batas normal atau sewajarnya.

Tabel 3. 9

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	18	18%
TS	23	23%
N	22	22%
S	21	21%
SS	16	16%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 7

Banyaknya cara untuk mengekspresikan bentuk kecintaan mereka terhadap idola mereka salah satunya dengan mengoleksi foto, album dan atribut *member* BTS. Pada tabel 3.9 dijelaskan sebanyak 23% responden tidak setuju dan 18% responden sangat tidak setuju untuk mengoleksi foto, album, dan atribut *member* BTS sebagai bentuk kecintaan penggemar terhadap idola mereka. Sedangkan 22% atau 22 responden memilih untuk netral dan 21% dan 16% responden memilih untuk setuju dan sangat setuju untuk mengoleksi foto, album, dan atribut sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap idola.

Tabel 3. 10

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
-------------------	---------------	-------------------

STS	23	23%
TS	32	32%
N	14	14%
S	13	13%
SS	18	18%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 8

Ujian menjadi salah satu proses untuk menempuh pendidikan, pada tabel 3.10 diatas penggemar banyak yang tidak setuju untuk melihat konser daripada untuk belajar ujian untuk esok hari dengan jumlah 32% responden ditambah dengan 23% responden sangat tidak setuju. 14% atau 14 responden memilih untuk netral dalam menyikapi hal tersebut, sedangkan 13% dan 18% responden setuju dan sangat setuju untuk melihat konser daripada belajar untuk ujian.

Tabel 3. 11

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	15	15%
TS	26	26%
N	23	23%
S	23	23%
SS	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 9

Adanya dukungan dari penggemar tidak jauh dengan prestasi yang dicapai oleh idola mereka, 41% atau 41 responden tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk memberikan voting kepada idola mereka meskipun dengan karya yang tidak begitu bagus. 23% atau 23 responden netral dan setuju untuk memberikan dukungan serta 13% atau 13 responden sangat setuju untuk memberikan dukungan meskipun karya mereka biasa saja.

Tabel 3. 12

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	16	16%
TS	24	24%
N	14	14%
S	28	28%
SS	18	18%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 10

Kelompok penggemar biasanya mempunyai *group* untuk memberikan dukungan atau sekedar *sharing* antar sesama penggemar, pada tabel 3.12 dijelaskan sebanyak 28% dan 18% responden setuju dan sangat setuju dalam bergabung ke dalam *group* penggemar sejak lama. 14% atau 14 responden memilih netral untuk mengikuti dalam waktu yang lama 24% tidak setuju serta 16% sangat tidak setuju untuk mengikuti *group* komunitas penggemar dalam waktu yang lama.

Tabel 3. 13

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
-------------------	---------------	-------------------

STS	16	16%
TS	18	18%
N	23	23%
S	23	23%
SS	20	20%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 11

Kesetiaan penggemar terhadap idola mereka menjadi salah satu bukti kecintaan mereka, pada tabel 3.13 dijelaskan bahwa 23% responden sama memilih netral dan setuju untuk tetap mendukung idola mereka yang hiatus dan menyukainya sampai tua ditambah dengan 20% responden sangat setuju. Tidak banyak juga penggemar yang tidak setia pada pilihan awal untuk tetap setia dan mencintai idola mereka ketika hiatus dengan jumlah 18% tidak setuju dan 16% sangat tidak setuju.

Tabel 3. 14

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	9	9%
TS	24	24%
N	34	34%
S	16	16%
SS	17	17%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No.12

Member BTS mempunyai banyak talenta dengan jumlah yang setuju dan sangat setuju sebanyak 16% dan 17% responden. Sebagian penggemar dengan jumlah 34% responden memilih netral, dengan penggemar yang tidak setuju sebanyak 24% dan sangat tidak setuju sebanyak 9%.

Tabel 3. 15

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	17	17%
TS	25	25%
N	28	28%
S	17	17%
SS	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 13

Banyaknya pemberitaan mengenai idola mereka menjadikan hal yang biasa bagi para penggemar. Mayoritas 28% penggemar memilih untuk netral dalam menyikapi hal tersebut, sebaliknya dengan 25% dan 17% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dalam menyikapi hal tersebut. 17% dan 13% responden setuju dan sangat setuju menganggap berita yang disebarkan hanya karangan media saja.

Tabel 3. 16

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	40	40%
TS	23	23%

N	11	11%
S	9	9%
SS	16	16%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 14

Kehidupan pribadi para *member* BTS juga selalu disorot oleh berbagai media termasuk perihal kekasih, sebanyak 40% responden sangat tidak setuju ditambah dengan 23% responden tidak setuju dengan pertanyaan apakah marah jika *member* BTS mempunyai seorang kekasih. 11% responden memilih netral dalam menyikapi hal tersebut, jumlah dari responden yang memilih untuk setuju dan sangat setuju tidak lebih dari 25% responden.

Tabel 3. 17

Persebaran Persentase Responden Indikator Fanatisme

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	12	12%
TS	26	26%
N	22	22%
S	26	26%
SS	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 15

Pada tabel 3. 17 sebanyak 26% responden sama-sama melih setuju dan tidak setuju dengan membela *member* BTS terkait berita buruk. 22% responden memilih netral, 14% responden memilih sangat setuju, dan 12%

sangat tidak setuju dengan membela *member* BTS terkait berita buruk yang sedang dibicarakan.

C. Tabel Kategori Variabel Fanatisme

Berdasarkan 15 pertanyaan seperti tabel-tabel diatas mengenai fanatisme penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS sesuai dengan hasil persebaran skor ditemukan *interval* dengan persebaran skor:

$$\begin{aligned}i &= \frac{R}{K} \\i &= \frac{(15 \times 5) - (15 \times 1)}{5} \\i &= \frac{75 - 15}{5} \\i &= \frac{60}{5} \\&= 12\end{aligned}$$

Keterangan:

I = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran (jumlah item X skor tertinggi) – (jumlah item X skor terendah)

K = Jumlah Interval

Berdasarkan perhitungan diatas dihasilkan lima kategori skor berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh peneliti:

Sangat Tinggi = 63-74

Tinggi = 51-62

Cukup Tinggi = 39-50

Rendah = 27-38

Sangat Rendah = 15-26

Adapun lima kategori skor yang telah didapatkan oleh peneliti melalui hasil *interval*, dengan demikian hasil skor tersebut disesuaikan dengan data responden pengaruh fanatisme penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS yang telah peneliti kumpulkan. Hasil yang telah didapatkan kemudian dijabarkan kedalam bentuk data sesuai dengan kategori interval dan kelasnya. Adapun hasil penjabaran tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 18

Persentase Skor Responden Tentang Fanatisme Penggemar Terhadap Budaya *Fandom Boyband* BTS

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	63-74	1	1%
Tinggi	51-62	29	29%
Cukup Tinggi	39-50	18	18%
Rendah	27-38	16	16%
Sangat Rendah	15-26	36	36%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer 2024

Tabel diatas merupakan hasil pembagian persentase dan frekuensi dari variabel fanatisme penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS berdasarkan lima kategori sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah, dan sangat rendah. Adapun interval dari kategori tersebut sudah ditentukan dengan hasil yang sudah didapatkan.

Berdasarkan hasil data yang sudah dikelompokkan, terdapat hasil dengan nilai terbanyak terdapat pada kategori sangat rendah dengan nilai interval 15-26 dengan persentase responden sebanyak 36%. Oleh karena itu

berdasarkan hasil diatas didapatkan sangat rendah fanatisme penggemar terhadap budaya fandom boyband BTS.

D. Variabel Konformitas

Variabel kedua yaitu konformitas, pada penelitian ini tolak ukur variabel menggunakan 3 indikator diantaranya kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan. Berdasarkan 3 tolak ukur diatas dihasilkan temuan hasil dengan cara mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden diantaranya :

Tabel 3. 19

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	14	14%
TS	25	25%
N	27	27%
S	23	23%
SS	11	11%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 1

Pada tabel 3.19 didapatkan hasil responden sebanyak 27% atau 27 responden memilih netral dalam mempertahankan kebiasaan pada kelompok penggemar. Sementara itu sebanyak 25% atau 25 responden memilih untuk tidak setuju pada pernyataan diatas sedangkan 23% atau 23 responden setuju pada kebiasaan dan bertahan dalam kelompok tersebut. Selain itu 11% atau 11 responden setuju dan 14 % atau 14 responden sangat tidak setuju untuk menyesuaikan kebiasaan dan bertahan dalam kelompok penggemar.

Tabel 3. 20

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	22	22%
TS	30	30%
N	26	26%
S	11	11%
SS	11	11%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 2

Kehadiran sosok teman menjadi pengaruh penting dalam kehidupan bagi sebagian penggemar, sebanyak 30% atau 30 responden tidak setuju ditambah dengan 22% atau 22 responden sangat tidak setuju ketika penggemar membutuhkan teman dan teman-teman penggemar sangat berarti bagi penggemar. Sementara itu 26% atau 26 responden memilih netral dengan posisi yang sama 11% atau 11 responden memilih setuju dan sangat setuju dalam membutuhkan teman dan merasa tidak berarti tanpa kelompok penggemar.

Tabel 3. 21

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	19	19%
TS	34	34%
N	22	22%
S	11	11%
SS	14	14%

Total 100 100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 3

Pada tabel 3.21 di atas sebagian besar tidak setuju tentang apa yang teman mereka alami dan tetap bisa melakukan apapun hal yang diinginkan, ditambah dengan 19% responden sangat tidak setuju dengan pernyataan diatas ditambah dengan 34% responden memilih tidak setuju. Sementara itu 22% responden memilih untuk netral dengan 11% responden memilih setuju dan 14% responden sangat setuju untuk apa yang teman mereka alami dan tetap bisa melakukan apapun hal yang diinginkan.

Tabel 3. 22

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	19	19%
TS	29	29%
N	24	24%
S	18	18%
SS	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 4

Sebanyak 29% atau 29 responden tidak setuju untuk merasa kesepian jika tidak bersama teman-teman penggemar dan 19% atau 19 responden memilih sangat tidak setuju. Selanjutnya ditambah dengan responden yang memilih netral sebanyak 29% atau 29 responden, diikuti dengan 18% memilih setuju dan 10% memilih sangat setuju untuk merasa kesepian jika tidak bersama teman-teman penggemar.

Tabel 3. 23

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	22	22%
TS	26	26%
N	26	26%
S	15	15%
SS	11	11%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 5

Pada tabel 3.23 didapatkan hasil dengan 26% atau 26 responden memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju untuk mengikuti keinginan kelompok penggemar yang menginspirasi penggemar. Sementara itu 22% atau 22 responden memilih sangat tidak setuju untuk mengikuti keinginan kelompok penggemar yang menginspirasi penggemar ditambah dengan 15% setuju dan 11% sangat setuju.

Tabel 3. 24

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	12	12%
TS	32	32%
N	34	34%
S	14	14%
SS	8	8%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 6

Pada tabel 3.24 sebagian penggemar memilih netral sebanyak 34% atau 34 responden dan 32% atau 32 responden tidak setuju dalam menyelesaikan masalah meminta pendapat kelompok penggemar untuk mempengaruhi pendapat penggemar. Selanjutnya 12% atau 12 responden memilih untuk sangat tidak setuju serta 14% atau 14 responden memilih setuju dan 8% atau 8 responden memilih sangat setuju untuk menyelesaikan masalah dengan meminta pendapat kelompok penggemar untuk mempengaruhi pendapat penggemar.

Tabel 3. 25

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	20	20%
TS	31	31%
N	28	28%
S	7	7%
SS	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 7

Pada tabel 3.25 responden memilih setuju dan sangat setuju sebanyak 7% dan 17% responden dalam mempertahankan pendapat meskipun bertentangan dengan pendapat teman-teman dan merasa tidak penting. Sebanyak 31% responden tidak setuju dengan 20% responden sangat tidak setuju dengan pernyataan diatas. Sementara itu 28% responden memilih netral dalam mempertahankan pendapat meskipun bertentangan dengan pendapat teman-teman dan merasa tidak penting.

Tabel 3. 26

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	23	23%
TS	30	30%
N	24	24%
S	13	13%
SS	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 8

Pada persebaran tabel 3.26 diatas banyak responden memilih tidak setuju dalam berpenampilan yang sama dengan kelompok penggemar sebanyak 30% atau 30 responden, ditambah dengan 23% sangat tidak setuju dan 24% responden memilih netral. Selain itu sebanyak 13% atau 13 responden memilih setuju dan 10% atau 10 responden memilih untuk sangat setuju dalam berpenampilan yang sama dengan kelompok penggemar.

Tabel 3. 27

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	18	18%
TS	24	24%
N	31	31%
S	17	17%
SS	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 9

Pada tabel 3.27 dihasilkan persebaran jawaban responden dengan mayoritas penggemar memilih netral sebanyak 31% atau 31 responden. Sementara itu responden sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 18% atau 18 responden dan 24% atau 24 responden dalam menjaga keutuhan kelompok dan mengikuti tuntutan kelompok penggemar demi sebuah eksistensi. Diikuti dengan responden yang memilih setuju dan sangat setuju dengan jumlah 17% dan 10% responden.

Tabel 3. 28

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	16	16%
TS	25	25%
N	35	35%
S	12	12%
SS	12	12%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 10

Aktivitas penggemar biasanya tidak terlepas dengang adanya kegiatan kelompok penggemar, sebagian besar responden memilih netral dengan jumlah 35% atau 35 responden dalam memilih mengerjakan aktivitas daripada bermain dengan teman-teman kelompok penggemar. Diikuti oleh responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 16% dan 25% responden. Sementara itu responden yang memilih untuk setuju dan sangat setuju sebanyak 12% dan 12% responden.

Tabel 3. 29

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	17	17%
TS	23	23%
N	33	33%
S	16	16%
SS	11	11%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 11

Pada tabel 3.29 diatas penggemar akan menghindari apa yang dianggap buruk oleh teman-teman kelompok karena mereka segalanya untuk penggemar didapatkan hasil terbanyak yang dipilih oleh responden sebanyak 33% atau 33 responden memilih netral. Sementara itu responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 17% dan 23% responden diikuti dengan responden yang memilih setuju dan sangat setuju berjumlah 16% dan 11% responden.

Tabel 3. 30

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	13	13%
TS	23	23%
N	27	27%
S	23	23%
SS	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 12

Meminta informasi kepada teman-teman dalam kelompok merupakan tempat paling akurat untuk meminta saran dengan jumlah responden yang sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 13% dan 23% responden. Diikuti oleh responden yang memilih netral dengan jumlah paling banyak 27% responden, dilanjut dengan responden yang memilih setuju dan sangat setuju dengan jumlah 23% dan 14% responden.

Tabel 3. 31

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	17	17%
TS	28	28%
N	25	25%
S	14	14%
SS	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No .13

Sebagian responden percaya bahwa informasi yang paling tepat adalah informasi yang dicari oleh dirinya sendiri, jawaban paling banyak didapatkan pada responden yang tidak setuju dengan jumlah 28% responden pada pernyataan di atas. Diikuti dengan selisih dua responden yaitu 25% responden memilih netral dengan 17% responden memilih sangat tidak setuju dan 14% responden setuju dengan pernyataan diatas. Ditambah dengan 13% responden memilih sangat setuju.

Tabel 3. 32

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	17	17%
TS	30	30%
N	29	29%
S	12	12%
SS	12	12%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 14

Peraturan pada satu kelompok biasanya sering terjadi dan merasa peraturan tersebut sudah benar, sebanyak 30% dan 17% responden tidak setuju dan sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Adapun 12% responden sama-sama memilih setuju dan sangat setuju dengan pernyataan di atas ditambah 29% responden memilih netral.

Tabel 3. 33

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	17	17%
TS	30	30%
N	30	30%
S	12	12%
SS	11	11%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 15

Pada tabel 3.33 sebanyak 30% responden memilih tidak setuju dan tidak setuju dengan harus mengikuti peraturan kelompok agar tidak

mendapatkan resiko dibenci oleh kelompok teman-teman penggemar. Sementara itu dengan 17% responden memilih sangat tidak setuju diikuti 12% dan 11% memilih setuju dan sangat setuju dengan pernyataan diatas.

Tabel 3. 34

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	12	12%
TS	23	23%
N	19	19%
S	33	33%
SS	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 16

Mayoritas penggemar akan mencari teman baru ketika teman-teman kelompok melakukan pengekangan dan membatasi ruang gerak, pada tabel 3.34 didapatkan hasil 33% responden memilih setuju dan 13% responden sangat setuju. Semntara itu 12% dan 23% sangat tidak setuju dan tidak setuju pada pernyataan diatas diikuti oleh 19% responden memilih netral.

Tabel 3. 35

Persebaran persentase Responden Indikator Konformitas

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	17	17%
TS	27	27%
N	22	22%
S	20	20%

SS	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 17

Pada tabel 3.35 didapatkan jawaban mayoritas responden sebanyak 27% responden memilih tidak setuju ketika tidak mematuhi aturan dalam kelompok penggemar dan dianggap pengkhianat oleh kelompok tersebut diikuti dengan 17% sangat tidak setuju. Selain itu didapatkan hasil 20% dan 14% responden setuju dan sangat setuju sedangkan 22% responden memilih netral pada pernyataan diatas.

E. Tabel Kategori Variabel Konformitas

Berdasarkan 17 pertanyaan diatas mengenai konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS ditemukan persebaran skor berdasarkan *interval* yang telah dilakukan oleh peneliti:

$$\begin{aligned}
 i &= \frac{R}{K} \\
 i &= \frac{(17 \times 5) - (17 \times 1)}{5} \\
 i &= \frac{85 - 17}{5} \\
 i &= \frac{68}{5} \\
 &= 13,6 \\
 &= 14
 \end{aligned}$$

Keterangan:

I = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran (jumlah item X skor tertinggi) – (jumlah item X skor terendah)

K = Jumlah Interval

Berdasarkan perhitungan diatas dihasilkan lima kategori skor berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh peneliti:

Sangat Baik	= 73-86
Baik	= 59-72
Cukup Baik	= 45-58
Buruk	= 31-44
Sangat Buruk	= 17-30

Adapun lima kategori skor yang telah didapatkan oleh peneliti melalui hasil *interval*, dengan demikian hasil skor tersebut disesuaikan dengan data responden pengaruh konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS yang telah peneliti kumpulkan. Hasil yang telah didapatkan kemudian dijabarkan kedalam bentuk data sesuai dengan kategori interval dan kelasnya. Adapun hasil penjabaran tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 36

Persentase Skor Responden Tentang Konformitas Penggemar Terhadap Budaya *Fandom Boyband* BTS

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Baik	73-86	15	15%
Baik	59-72	5	5%
Cukup Buruk	45-58	29	29%
Buruk	31-44	40	40%
Sangat Buruk	17-30	11	11%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer 2024

Pada tabel 3.36 didapatkan hasil persentase dan frekuensi dari variabel konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS dihasilkan lima kategori diantaranya sangat baik, baik, cukup baik, buruk, dan sangat buruk. Adapun pembagian interval sudah ditentukan sesuai dengan nilai hitung yang sudah didapatkan.

Berdasarkan data yang sudah dikelompokkan, terdapat hasil kategori terbanyak adalah buruk dengan interval 31-44 dengan persentase responden sebanyak 40%. Oleh karena berdasarkan hasil diatas didapatkan buruknya variabel konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS.

F. Variabel Budaya *Fandom*

Variabel ketiga yaitu *budaya fandom*, tolak ukur budaya fandom dapat diukur dengan 3 indikator di antaranya produksi, regulasi, dan representasi. Berdasarkan tolak ukur diatas dihasilkan temuan hasil dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 3. 37

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	12	12%
TS	18	18%
N	20	20%
S	20	20%
SS	30	30%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 1

Pada tabel 3.37 Didapatkan jawaban mayoritas responden sebanyak 30% responden memiliki sangat setuju dalam mengetahui budaya K-Pop / *fandom*. Sementara itu jawaban yang sama dipilih oleh responden setuju dan netral dengan banyak 20% responden. Sedangkan 12% dan 18% responden memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju dalam mengetahui budaya K-Pop / *fandom*.

Tabel 3. 38

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	13	13%
TS	21	21%
N	19	19%
S	25	25%
SS	22	22%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 2

Berdasarkan tabel 3.38 didapatkan hasil terbanyak 25% responden memilih setuju dengan mengetahui makna *reinkarnasi* budaya K-Pop / *fandom*. Sementara itu 13% dan 21% responden memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju pada pernyataan diatas. Diikuti dengan 19% netral dan 22% sangat setuju terkait makan dari *reinkarnasi* tersebut.

Tabel 3. 39

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	12	12%

TS	24	24%
N	20	20%
S	24	24%
SS	20	20%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 3

Pada tabel 3.39 diatas didapatkan mayoritas responden memilih tidak setuju dan setuju dalam memahami makna *time traveler* atau penjelajah waktu sebanyak 24% responden. Sementara itu didapatkan hasil yang sama pula oleh responden sebanyak 20% responden memilih netral dan sangat setuju dengan pernyataan diatas diikuti 12% sangat tidak setuju.

Tabel 3. 40

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	13	13%
TS	18	18%
N	28	28%
S	23	23%
SS	18	18%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 4

Selanjutnya pada tabel 3.40 didapatkan mayoritas jawaban memilih netral dalam mengetahui *time loop* pada budaya K-Pop / *fandom* sebanyak 28% responden diikuti dengan 18% responden memilih yang sama pada jawaban tidak setuju dan sangat setuju pada pernyataan diatas. Sedangkan

13% respon sangat tidak setuju dan 235 responden setuju dengan mengetahui makna penjelajah waktu pada budaya K-Pop / *fandom*.

Tabel 3. 41

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	8	8%
TS	22	22%
N	22	22%
S	16	16%
SS	32	32%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 5

Pada tabel 3.41 didapatkan hasil terbanyak dengan 32% responden memilih sangat setuju dan 22% netral dan tidak setuju dengan mengetahui makna *fans service* pada budaya K-Pop / *fandom*. Sementara itu didapatkan hasil dengan perbedaan responden yang cukup signifikan dengan 8% responden memilih sangat tidak setuju dan 16 % responden memilih setuju dengan pernyataan diatas.

Tabel 3. 42

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	14	14%
TS	17	17%
N	21	21%
S	23	23%

SS	25	25%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 6

Sebagian besar penggemar merasa tenang ketika mendengarkan lagu idola mereka dengan jumlah terbanyak 25% responden memilih sangat setuju diikuti dengan 23% responden memilih setuju. Sementara itu 14% dan 17% responden memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju pada pernyataan diatas diikuti dengan 21% responden memilih netral.

Tabel 3. 43

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	13	13%
TS	20	20%
N	19	19%
S	23	23%
SS	25	25%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 7

Selanjutnya pada tabel 3.43 didapatkan hasil mayoritas sebanyak 25% responden memilih sangat setuju diikuti dengan 23% responden memilih setuju dalam mengetahui makna *shipper* pada budaya K-Pop / *fandom*. Dilanjutkan dengan 19% responden memilih netral dan 13% dan 20% responden memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju pada pernyataan diatas.

Tabel 3. 44

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	18	18%
TS	15	15%
N	17	17%
S	24	24%
SS	26	26%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 8

Sebagian penggemar dengan jumlah terbanyak memilih sangat setuju dengan jumlah 26% responden dan 24% responden setuju dalam mengetahui dan hafal lagu dari idol K-Pop. Diikuti dengan 18% dan 15% responden sangat tidak setuju dan tidak setuju dengan pernyataan diatas sedangkan 17% responden memilih netral.

Tabel 3. 45

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	10	10%
TS	17	17%
N	19	19%
S	28	28%
SS	26	26%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 9

Pada tabel 3.45 didapatkan hasil dengan suara terbanyak memilih setuju dengan jumlah 28% responden dalam menyaksikan budaya K-Pop /fandom pada media sosia sedangkan 26% responden memilih sangat setuju. Sementara itu didapatkan hasil 10% dan 17% responden memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju dengan pernyataan diatas diikuti dengan 19% jawaban responden memilih netral.

Tabel 3. 46

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	21	21%
TS	28	28%
N	14	14%
S	24	24%
SS	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 10

Persebaran jawaban pada tabel 3.46 diatas didapatkan hasil mayoritas sebanyak 28% responden memilih tidak setuju dengan menonton acara K-Pop terkait dewa-dewa, malaikat dan makhluk astral lainnya diikuti dengan 21% responden sangat tidak setuju. Sedangkan 24% dan 13% responden memilih setuju dan sangat setuju pada pernyataan diatas dilanjutkan dengan 14% responden memilih netral.

Tabel 3. 47

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
-------------------	---------------	-------------------

STS	12	12%
TS	21	21%
N	14	14%
S	27	27%
SS	26	26%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 11

Pada tabel 3.47 didapatkan hasil mayoritas sebanyak 27% dan selisih satu 26% responden memilih setuju dan sangat setuju dengan pernyataan suka melihat *idol* K-Pop di media sosial. Selanjutnya didapatkan hasil 12% dan 21% responden memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju dengan pernyataan diatas diikuti dengan 14% responden memilih netral.

Tabel 3. 48

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	20	20%
TS	24	24%
N	30	30%
S	15	15%
SS	11	11%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 12

Banyaknya penggemar yang mengharapkan shipper pada idola mereka menunjukkan hasil netral sebanyak 30% responden diikuti dengan 15% dan 11% responden setuju dan sangat setuju dengan pernyataan diatas.

Adapun penggemar yang tidak menyukai hal tersebut dengan bukti rekap jawaban responden memilih 20% sangat tidak setuju dan 24% tidak setuju dengan saling menjodohkan idola mereka.

Tabel 3. 49

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	10	10%
TS	23	23%
N	23	23%
S	20	20%
SS	24	24%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 13

Pada persebaran tabel 3.49 Diatas didapatkan hasil mayoritas sebanyak 24% sanga setuju dan 23% responden memilih jawaban yang sama antara tidak setuju dengan netral pada *fans service* yang ditunjukan idola mereka. Selanjutnya didapatkan hasil 10% sangat tidak setuju dan 20% setuju dengan pernyataan diatas.

Tabel 3. 50

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	20	20%
TS	14	14%
N	13	13%
S	28	28%

SS	25	25%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 14

Pada tabel 3.50 penyebaran jawaban didapatkan jawaban mayoritas penggemar memilih setuju dengan melihat tayangan K-Pop menjadi terhibur dengan jumlah 28% responden diikuti 25% sangat setuju terhadap pernyataan diatas. Sementara itu didapatkan hasil 20% memilih sangat tidak setuju dan 14% tidak setuju diikuti dengan 13% responden memilih netral.

Tabel 3. 51

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	11	11%
TS	27	27%
N	20	20%
S	24	24%
SS	18	18%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 15

Menonton dan mengetahui kabar idola K-Pop menjadi salah satu hal yang dapat disukai dan tidak disukai oleh beberapa penggemar pada tabel 3.51 didapatkan hasil 18% sangat setuju dan 11% sangat tidak setuju dengan pernyataan diatas. Kemudian jawaban mayoritas didapatkan oleh responden yang memilih tidak setuju diikuti dengan 24% responden memilih setuju sedangkan 20% responden memilih netral dalam menyikapi hal tersebut.

Tabel 3. 52

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	14	14%
TS	27	27%
N	27	27%
S	19	19%
SS	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 16

Pada tabel 3.52 didapatkan hasil yang sama banyak antara netral dan tidak setuju dengan 27% responden dalam mengetahui kabar idola mereka merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari penggemar. Dilanjutkan dengan 14% responden memilih sangat tidak setuju, 19% responden memilih setuju, dan 13% memilih sangat setuju dengan pernyataan diatas.

Tabel 3. 53

Persebaran persentase Responden Indikator Budaya *Fandom*

Keterangan	Jumlah	Persentase
STS	14	14%
TS	20	20%
N	20	20%
S	27	27%
SS	19	19%
Total	100	100%

Sumber : Rekap Jawaban Responden No. 17

Persebaran jawaban pada tabel 3.53 didapatkan jawaban mayoritas sebanyak 27% responden merasa *idol* menjadi penolong saat penggemar sedih diikuti dengan hasil yang sama sebanyak 20% responden memilih tidak setuju dan netral. Sementara itu didapatkan hasil sebanyak 14% responden memilih sangat tidak setuju dan 19% sangat setuju dengan pernyataan diatas.

G. Tabel Kategori Variabel Budaya *Fandom*

Berdasarkan 17 pertanyaan diatas mengenai budaya *fandom* boyband BTS didapatkan persebaran hasil skor sesuai dengan hasil *interval* yang dilakukan oleh peneliti:

$$\begin{aligned}
 i &= \frac{R}{K} \\
 i &= \frac{(17 \times 5) - (17 \times 1)}{5} \\
 i &= \frac{85 - 17}{5} \\
 i &= \frac{68}{5} \\
 &= 13,6 \\
 &= 14
 \end{aligned}$$

Keterangan:

I = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran (jumlah item Y skor tertinggi) – (jumlah item Y skor terendah)

K = Jumlah Interval

Berdasarkan perhitungan diatas dihasilkan lima kategori skor berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh peneliti:

Sangat Berminat	= 73-86
Berminat	= 59-72
Cukup Berminat	= 45-58
Kurang Berminat	= 31-44
Tidak Berminat	= 17-30

Adapun lima kategori skor yang telah didapatkan oleh peneliti melalui hasil *interval*, dengan demikian hasil skor tersebut disesuaikan dengan data responden pengaruh budaya *fandom boyband* BTS yang telah peneliti kumpulkan. Hasil yang telah didapatkan kemudian dijabarkan kedalam bentuk data sesuai dengan kategori interval dan kelasnya. Adapun hasil penjabaran tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 54
Persentase Skor Responden Tentang Pengaruh Budaya *Fandom Boyband* BTS

kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Berminat	73-86	23	23%
Berminat	59-72	25	25%
Cukup Berminat	45-58	11	11%
Kurang Berminat	31-40	29	29%
Tidak Berminat	17-30	12	12%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer 2024

Pada tabel 3.54 didapatkan hasil persentase dan frekuensi dari variabel budaya *fandom boyband* BTS didapatkan hasil lima kategori diantaranya: sangat berminat, berminat, cukup berminat, kurang berminat,

dan tidak berminat. Adapun pembagian nilai interval didapatkan dengan hasil hitung yang sudah didapatkan.

Berdasarkan hasil yang didapatkan kategori terbanyak adalah kurang berminat dengan interval 31-40 dengan persentase responden 29%. Oleh karena itu berdasarkan hasil diatas didapatkan kurang berminatnya responden terhadap pengaruh budaya *fandom boyband* BTS.

H. Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Tabulasi silang merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk mencari hubungan di antara variabel. Pada penelitian ini tabulasi silang dilakukan sebanyak 3 kali untuk mencari hubungan antara variabel-variabel tersebut diantaranya: pengaruh fanatisme (X1) penggemar terhadap budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia, pengaruh konformitas (X2) penggemar terhadap budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia, dan pengaruh fanatisme (X1) dan Konformitas (X2) penggemar terhadap budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia. Adapun hasil yang didapatkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3. 55

Tabulasi Silang Pengaruh Fanatisme (X1) Penggemar Terhadap Budaya *Fandom* (Y) *Boyband* BTS

FANTISME * BUDAYAFANDOM Crosstabulation

		BUDAYAFANDOM					Total	
		tidak berminat	kurang berminat	cukup berminat	berminat	sangat berminat		
FANTISME	sangat rendah	Count	12	23	0	1	0	36
		% within FANTISME	33,3%	63,9%	0,0%	2,8%	0,0%	100,0%
	rendah	Count	0	6	7	2	1	16
		% within FANTISME	0,0%	37,5%	43,8%	12,5%	6,3%	100,0%
	cukup tinggi	Count	0	0	4	13	1	18
		% within FANTISME	0,0%	0,0%	22,2%	72,2%	5,6%	100,0%
	tinggi	Count	0	0	0	9	20	29
		% within FANTISME	0,0%	0,0%	0,0%	31,0%	69,0%	100,0%
	sangat tinggi	Count	0	0	0	0	1	1
		% within FANTISME	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total		Count	12	29	11	25	23	100
		% within FANTISME	12,0%	29,0%	11,0%	25,0%	23,0%	100,0%

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 3.55 di atas, dihasilkan persilangan tabulasi antara variabel fanatisme (X1) penggemar dengan budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia. Jumlah terbesar terdapat pada *cell* fanatisme yang sangat rendah dan kurangnya minat terhadap budaya *fandom*, yaitu 23 orang atau 63,9% dari seluruh fanatisme yang sangat rendah. Dapat dijelaskan ada 36 orang yang terkena fanatisme yang sangat rendah, terdapat 23 orang (63,9%) memiliki minat yang kurang terhadap budaya *fandom*.

Tabel 3. 56

Tabulasi Silang Pengaruh Konformitas (X2) Penggemar Terhadap Budaya *Fandom* (Y) *Boyband* BTS

KONFORMITAS * BUDAYAFANDOM Crosstabulation

		BUDAYAFANDOM					Total	
		tidak berminat	kurang berminat	cukup berminat	berminat	sangat berminat		
KONFORMITAS	sangat buruk	Count	6	5	0	0	0	11
		% within	54,5%	45,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	buruk	Count	6	23	6	3	2	40
		% within	15,0%	57,5%	15,0%	7,5%	5,0%	100,0%
	cukup buruk	Count	0	1	5	17	6	29
		% within	0,0%	3,4%	17,2%	58,6%	20,7%	100,0%
	baik	Count	0	0	0	3	2	5
		% within	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	40,0%	100,0%
	sangat baik	Count	0	0	0	2	13	15
		% within	0,0%	0,0%	0,0%	13,3%	86,7%	100,0%
Total		Count	12	29	11	25	23	100
		% within	12,0%	29,0%	11,0%	25,0%	23,0%	100,0%

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 3.56 di atas, dihasilkan persilangan tabulasi antara variabel konformitas (X2) penggemar dengan budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia. Jumlah terbesar terdapat pada *cell* konformitas yang buruk dan kurangnya minat terhadap budaya *fandom*, yaitu 23 orang atau 57,5% dari seluruh konformitas yang buruk. Dapat dijelaskan ada 40 orang yang terkena konformitas yang buruk, terdapat 23 orang (57,5%) memiliki minat yang kurang terhadap budaya *fandom*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pengumpulan data yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan hasil yang bervariasi dari beberapa responden sesuai dengan tabel-tabel pada bab sebelumnya. Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai keseluruhan hasil yang telah ditemukan lalu diolah oleh peneliti menggunakan spss dengan teori dan hipotesis penelitian. Pemaparan hasil akan dijabarkan secara deskriptif atau apa adanya sesuai dengan variabel dan sub bab, diantaranya:

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sub bab pertama yang akan dijabarkan adalah uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui kevalidan data sebelum data disebarkan secara menyeluruh kepada responden. Adapun hasilnya:

1. Uji Validitas

Pada uji validitas penelitian ini bertujuan untuk menguji kevalidan data apabila r hitung tersebut dinyatakan lebih besar dibandingkan r tabel dan nilai r menunjukkan positif, maka pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid (Riyanto & Hatmawan, 2020:63). Pada uji validitas ini peneliti menggunakan 30 sampel responden yang akan diuji dan didapatkan hasil:

Tabel 4. 1

Validitas Kuesioner Variabel Fanatisme (X1)

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Fanatisme	1	0,361	0,875	Valid
	2	0,361	0,795	Valid
	3	0,361	0,774	Valid
	4	0,361	0,834	Valid
	5	0,361	0,828	Valid
	6	0,361	0,802	Valid

	7	0,361	0,724	Valid
	8	0,361	0,743	Valid
	9	0,361	0,735	Valid
	10	0,361	0,762	Valid
	11	0,361	0,842	Valid
	12	0,361	0,728	Valid
	13	0,361	0,722	Valid
	14	0,361	0,552	Valid
	15	0,361	0,816	Valid

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan data yang sudah diperoleh oleh peneliti melalui perhitungan uji validitas variabel fanatisme (X1) dengan tingkat signifikan 5% atau 0,05 dinyatakan valid karena nilai hitung lebih besar daripada r tabel ($r \text{ tabel} = 0,361$ dan $n = 30$) dan dapat disebarkan kepada responden lainnya.

Tabel 4. 2

Validitas Kuesioner Variabel Konformitas (X2)

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Konformitas	1	0,361	0,788	Valid
	2	0,361	0,792	Valid
	3	0,361	0,686	Valid
	4	0,361	0,594	Valid
	5	0,361	0,725	Valid

	6	0,361	0,579	Valid
	7	0,361	0,644	Valid
	8	0,361	0,733	Valid
	9	0,361	0,805	Valid
	10	0,361	0,694	Valid
	11	0,361	0,608	Valid
	12	0,361	0,595	Valid
	13	0,361	0,616	Valid
	14	0,361	0,760	Valid
	15	0,361	0,688	Valid
	16	0,361	0,610	Valid
	17	0,361	0,688	Valid

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan data yang sudah diperoleh oleh peneliti melalui uji validitas variabel konformitas (X2) dengan menggunakan tingkat signifikan 5% atau 0,05 dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel (r tabel = 0,361 dan n = 30) dan dapat disebarkan kepada responden lainnya.

Tabel 4. 3

Validitas Kuesioner Variabel Budaya *Fandom* (Y)

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
	1	0,361	0,865	Valid

Budaya <i>Fandom</i>	2	0,361	0,821	Valid
	3	0,361	0,772	Valid
	4	0,361	0,839	Valid
	5	0,361	0,759	Valid
	6	0,361	0,885	Valid
	7	0,361	0,767	Valid
	8	0,361	0,851	Valid
	9	0,361	0,911	Valid
	10	0,361	0,631	Valid
	11	0,361	0,862	Valid
	12	0,361	0,414	Valid
	13	0,361	0,756	Valid
	14	0,361	0,860	Valid
	15	0,361	0,792	Valid
	16	0,361	0,774	Valid
	17	0,361	0,734	Valid

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan data Berdasarkan data yang sudah diperoleh oleh peneliti melalui uji validitas variabel budaya *fandom* (Y) dengan menggunakan tingkat signifikan 5% atau 0,05 dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel ($r_{\text{tabel}} = 0,361$ dan $n = 30$) dan dapat disebarkan kepada responden lainnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 4

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Fanatisme	0,768	0,6	Reliabel
Konformitas	0,760	0,6	Reliabel
Budaya <i>Fandom</i>	0,768	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan hasil olahan data uji reliabilitas ketiga variabel dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *Alpha Cronbach* dari ketiga variabel lebih besar dibandingkan dengan nilai kritis yaitu 0,6. Adapun hasil dari ketiga variabel nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,768 untuk variabel fanatisme (X1), 0,760 untuk variabel konformitas (X2), dan budaya *fandom* (Y) dengan nilai 0,768.

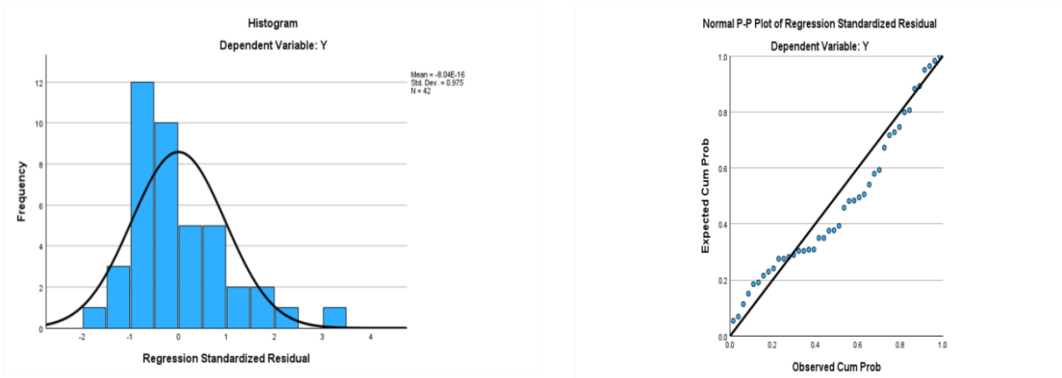
Analisis yang didapatkan sesuai dengan hasil uji validitas dan uji reliabilitas didapatkan hasil yang valid dan reliabel. Adapun kuesioner sudah sesuai dengan aturan uji asumsi tersebut dan dapat disebarakan kepada responden lainnya guna mencari Pengaruh Fanatisme dan Konformitas Penggemar terhadap Budaya *Fandom Boyband* BTS di Indonesia.

B. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji asumsi klasik untuk mengetahui regresi sederhana yang mempengaruhi asumsi-asumsi. Asumsi yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah uji normalitas data, uji linieritas, dan uji heteroskedastisitas (Riyanto & Hatmawan, 2020:137).

1. Uji Normalitas

Pengujian data ini dilakukan untuk mengetahui data distribusi itu normal atau tidak dengan menggunakan *kolmogorov smirnov test*.



Gamba

4.

Gambar 4. 1

Uji Normalitas Data

Pada gambar 4.1 terlihat kedua gambar yang menunjukkan normalitas pada sebuah data, tetapi untuk melihat hasil normalitas dengan lebih detail peneliti menggunakan uji *kolmogorov smirnov*. Adapun hasil dari uji *kolmogorov smirnov* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 5

Uji Normalitas

No	Kolmogorov – Smirnov	Nilai	Keterangan
1	<i>Asymp. Sig.</i>	< 0,001	Data Tidak Normal
2	<i>Monte Carlo Sig</i>	< 0,001	Data Tidak Normal

Sumber : Data Primer 2024

Data pada tabel 4.5 berdistribusi tidak normal dikarenakan nilai *Asymp. Sig.* dan nilai *Monte Carlo Sig* dibawah 0,05. Sehingga dapat dikatakan data diatas tidak berdistribusi secara normal karena nilainya < 0,001.

2. Uji Linieritas

Seperti halnya di atas pengujian data selanjutnya adalah uji linieritas untuk mengetahui apakah model mempunyai hubungan linieritas. Model tersebut

berdasarkan tinjauan teoritis antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun menguji data linier harus berdasarkan hasil observasi dan teori, proses pengolahan data menggunakan *Deviation from Linearity* untuk mengetahui kedua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas.

Tabel 4. 6
Uji Linieritas

No	Compare Mean	Sign	Keterangan
1	Fanatisme * Budaya Fandom	< 0,001	Data Tidak Linier
2	Konformitas * Budaya Fandom	< 0,001	Data Tidak Linier

Sumber : Data Primer 2024

Hasil data dapat dikatakan linier dan tidak linier dapat dilihat dari nilai *Deviation from Linearity* dimana jika hasil < 0,05 maka dikatakan nilai data tersebut tidak linier dan kebalikannya jika nilai > 0,05 dikatakan nilai data linier. Berdasarkan ketentuan diatas nilai tersebut dikatakan tidak linier karena nilai sig kurang dari 0,001.

3. Uji Heterokedasitas

Dilanjutkan dengan pengujian data uji heteroskedastisitas untuk mengetahui adanya ketidaksamaan satu varian dalam regresi linier.

Tabel 4. 7
Uji Heterokedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	3,334	2,302		1,448	0,151
Fanatisme	0,917	0,088	0,776	10,473	<0,001
Konformitas	0,203	0,088	0,171	2,302	0,023

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diatas didapatkan hasil value dari pengaruh fanatisme penggemar terhadap budaya *fandom* (X1) $<0,001$ dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Sedangkan hasil value pengaruh konformitas penggemar terhadap budaya *fandom* (X2) 0,023 kurang dari 0,05 dan dapat disimpulkan penelitian tersebut terdapat masalah pada heteroskedastisitas.

C. Uji Korelasi

Uji korelasi berganda, hal tersebut dilakukan untuk melihat hubungan 2 variabel maupun lebih. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 3 variabel dimana terdapat 2 variabel independen yaitu pengaruh fanatisme (X1) dan Konformitas (X2) penggemar terhadap budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia. Nilai hasil dapat dikatakan berkorelasi jika nilai *sig. f change* $<0,05$ adapun hasil yang didapatkan dari uji spss terdapat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 8
Uji Korelasi

Nilai R	Nilai Sig. F Change	Keterangan
0,926	$<0,001$	Berkorelasi

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai hasil signifikansi sebesar $<0,001$ dimana nilai tersebut berkorelasi dikarenakan nilai signifikansi dibawah $<0,05$. Sedangkan r hitung pada uji korelasi tersebut didapatkan hasil 0,962 dimana pengaruh fanatisme dan konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS berkorelasi secara sempurna.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk melihat adanya pengaruh variabel bebas (X1,X2) dan variabel terikat (Y) dengan simultan (uji f) dan parsial (uji t).

1. Uji t

Uji t dilakukan untuk mencari nilai signifikansi pengaruh antara variabel independen (X1,X2) dan variabel dependen (Y). Pada uji ini kita dapat melihat

hipotesis diterima atau ditolak berdasarkan hasil dari uji t apabila taraf signifikan < alpha penelitian (0,05) maka Ho ditolak dan Ha diterima dan apabila taraf signifikan > alpha penelitian (0,05) maka Ho diterima dan Ha ditolak. Berikut hasil uji t :

$$t \text{ tabel} = \frac{\alpha}{2} ; n - k - 1$$

$$t \text{ tabel} = \frac{0,05}{2} ; 100 - 2 - 1$$

$$t \text{ tabel} = 0,025 ; 97$$

Keterangan :

α = nilai signifikansi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

Tabel 4. 9

Uji Regresi

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
Constant	3,334	2,302		1,448	0,151
Fanatisme	0,917	0,088	0,776	10,473	<0,001
Konformitas	0,203	0,088	0,171	2,302	0,023

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan t tabel pada tabel no 97 dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 dimana didapatkan t tabel adalah 1,984.

- Berdasarkan hasil diatas pada variabel (X1) fanatisme didapatkan hasil nilai t hitung 10,473 lebih besar > dari nilai hitung 1,984, dan nilai signifikansi <0,001 lebih kecil < dari 0,05.
- Berdasarkan hasil diatas pada variabel (X2) konformitas didapatkan hasil nilai t hitung 2,302 lebih besar > dari nilai hitung 1,984, dan nilai signifikansi 0,023 lebih kecil < dari 0,05.

Pada hasil signifikansi diatas dapat dikatakan Ho (hipotesis nol) ditolak dan Ha (hipotesis alternative) diterima sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji f

Uji f dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen secara bersamaan dengan variabel dependen. Adapun hasil tersebut dapat dikatakan berpengaruh apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho dinyatakan ditolak dan Ha dinyatakan diterima. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho dinyatakan diterima dan Ha dinyatakan ditolak.

$$f_{tabel} = F(k; n - k)$$

$$f_{tabel} = F(2; 100 - 2)$$

$$f_{tabel} = F(2; 98)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

Tabel 4. 10

Uji F Test

<i>Model</i>	<i>Sum Of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>f</i>	<i>Sig.</i>
Regression	32854,209	2	16427,105	293,623	<0,001
Residual	5426,791	97	55,946		
Total	38281,000	99			

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan f tabel pada tabel no 98 dengan tingkat no 2 didapatkan nilai tabel 3,09. Pada hasil diatas didapatkan hasil nilai signifikansi <0,001 lebih kecil < dari 0,05 atau nilai f hitung 293,623 lebih besar > dari f tabel 3,09. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan Ho (hipotesis nol) ditolak dan Ha (hipotesis alternatif) diterima, sehingga dapat dikatakan adanya pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.

E. Pengaruh Fanatisme Penggemar terhadap Budaya *Fandom*

Fanatisme menurut Eliani, Yuniardi, & Masturah (2018) dalam penelitiannya merupakan suatu keyakinan dan sikap yang berlebihan terhadap suatu objek yang ditunjukkan dengan seseorang menyikapi sesuatu secara berlebihan. Sifat fanatik ini dapat ditunjukkan juga dengan sikap antusias seseorang yang merasa dirinya mempunyai ikatan yang kuat dengan emosi dan cinta yang telah lama dirasakannya. Pada dasarnya sifat fanatisme cenderung bersifat ke arah negatif, adanya hal tersebut dapat dicegah dengan cara membatasi ketertarikan pada suatu objek dengan hal-hal yang sewajarnya.

Penggemar dapat diartikan sebagai kumpulan individu yang mempunyai visi, misi, dan tujuan hidup yang sama bahkan kelompok tersebut juga memberi nama panggilan untuk kelompok mereka. Berdasarkan *announce* dari agensi *boyband* BTS mereka memanggil penggemar dengan sebutan *army*. Aktivitas yang biasanya dilakukan oleh penggemar dapat disebut dengan *fanboy* untuk penggemar laki-laki dan *fangirling* untuk perempuan yang diambil dari *fangirl* (Rinata & Dewi, 2019).

Fanatisme seorang penggemar tidak hanya dapat dilihat dari bagaimana orang tersebut menggemari idola mereka dengan mengikuti gaya mereka bahkan membeli semua *merchandise idol* tersebut. Adapun hal yang biasanya dilakukan oleh seorang penggemar fanatik juga dapat dilihat dari sisi media online seperti memberi dukungan, memberikan voting, dan menyebarkan berita tentang idola mereka karena mayoritas penggemar mengenal idola mereka melalui media sosial. Bahkan menurut CNN Indonesia (2019) ada juga fans fanatik yang rela mengikuti sampai dengan menginap di hotel yang sama seperti idola mereka dengan mengeluarkan uang dengan jumlah fantastis hingga ratusan juta agar dapat merasakan tidur bersama idola mereka. Hal tersebut sudah dianggap budaya *fandom* oleh sebagian banyak penggemar termasuk penggemar yang ada di Indonesia rela menerapkan budaya makan dengan menggunakan *banchan* (makanan pelengkap) yang disajikan dengan berbagai olahan makanan dengan menggunakan pring-pring kecil.

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan secara statistik, responden yang mengisi kuesioner adalah *army* dengan minimal menjadi penggemar tidak kurang dari tiga bulan dengan mayoritas responden berjenis kelamin perempuan. Proses pengukuran variabel fanatisme menggunakan lima indikator diantaranya mempunyai

sifat antusias yang ekstrem, mempunyai rasa emosi yang tinggi, mempunyai jangka waktu yang lama, hal yang diyakini dianggap selalu benar, dan membenarkan sesuatu sesuai yang mereka yakini. Sesuai dengan hasil olah data menggunakan uji t didapatkan adanya pengaruh fanatisme penggemar terhadap budaya fandom boyband BTS di Indonesia. Pernyataan diatas diperkuat dengan hasil pengujian hipotesis variabel (X1) fanatisme didapatkan hasil nilai t hitung 10,473 lebih besar > dari nilai hitung 1,984, dan nilai signifikansi <0,001 lebih kecil < dari 0,05 dimana berdasarkan nilai hasil signifikansi lebih kecil daripada pada nilai signifikansi sebesar 0,05.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik terdapat tiga uji tes yang dilakukan diantaranya uji normalitas, uji linieritas, dan uji heterokedastitas. Hasil yang didapatkan pada uji normalitas adalah nilai *Asymp. Sig.* dan nilai *Monte Carlo Sig* dibawah 0,05, sehingga dapat dikatakan data diatas tidak berdistribusi secara normal karena nilainya < 0,001. Hasil yang didapatkan dari uji linieritas menggunakan *Deviation from Linearity* didapatkan tidak adanya hubungan yang linear antara kedua variabel independen (X1,X2) terhadap budaya fandom (Y) dengan hasil nilai signifikansi keduanya < 0,001 kurang dari 0,05. Sedangkan hasil yang didapatkan dari uji heteroskedastisitas adalah <0,001 dimana nilai tersebut berkorelasi dikarenakan nilai signifikansi dibawah <0,05. Sedangkan r hitung pada uji korelasi tersebut didapatkan hasil 0,962 dimana adanya korelasi antara pengaruh fanatisme penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS berkorelasi secara sempurna.

Berdasarkan teori yang telah dijabarkan diatas penggemar dapat dikatakan seorang fanatik apabila kecintaan yang sangat besar terhadap suatu objek yaitu budaya *fandom* (Fadillah & Ratnasari, 2023). Teori pendukung juga disampaikan oleh Eliani (2018) dalam penelitiannya bahwa kecenderungan individu terhadap suatu objek maupun perilaku yang terlalu ekstrem atau berlebihan terhadap sesuatu biasanya diikuti dengan sifat emosional yang berlebihan (Eliani, 2018). Rasa emosional yang berlebihan membuat keadaan individu tidak dalam keadaan stabil, keadaan yang tidak stabil menjadikan seseorang bersifat gegabah tanpa memikirkan sebab akibat yang akan terjadi setelahnya. Sebab itu sifat fanatisme cenderung kearah negatif yang dapat merugikan individu apabila terlalu berlebihan.

F. Pengaruh Konformitas Penggemar terhadap Budaya *Fandom*

Sama seperti halnya dengan fanatisme, konformitas juga menjadi hal yang berpengaruh pada penelitian ini. Konformitas adalah perubahan sikap atau perilaku sosial berdasarkan kelompok tertentu, adanya perubahan tersebut diakibatkan oleh adanya tekanan yang baik menurut mereka. Perubahan tersebut biasanya dilakukan secara terang-terangan untuk mendapatkan pengakuan ataupun validitas oleh kelompok tersebut (Wardani & Anggadita, 2021).

Konformitas seorang penggemar biasanya terjadi karena dorongan oleh beberapa faktor diantaranya adanya tekanan sosial yang berlaku pada suatu kelompok, sebagai bentuk mematuhi aturan atau norma yang berlaku pada kelompok tersebut, dan adanya kecemasan berlebih karena tidak diakui masuk ke dalam kelompok tersebut (Rengganis, 2017). Adapun perilaku penggemar yang sudah kedalam tahap ekstrim seperti mereka rela mengeluarkan banyak uang untuk membeli segala bentuk *merchandise* ataupun tiket konser sebagai bentuk pembuktian loyalitas (kesetiaan) mereka terhadap idola mereka. Contoh konformitas seorang penggemar K-Pop yang sering kita lihat bahkan ada disekeliling kita adalah mencoba menggunakan bahasa korea.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diolah oleh peneliti secara statistik didapatkan jumlah responden sebanyak 100 *army*. Jumlah responden yang sama sebanyak 97 responden berjenis kelamin perempuan dan 3 responden berjenis kelamin laki-laki. Pengukuran variabel konformitas juga dilakukan menggunakan beberapa indikator diantaranya kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan. Berdasarkan hasil yang telah dilakukan pada uji t pada variabel (X2) konformitas didapatkan hasil nilai t hitung 2,302 lebih besar > dari nilai hitung 1,984, dan nilai signifikansi 0,023 lebih kecil < dari 0,05. Pada hasil diatas didapatkan nilai signifikansi adalah 0,023 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dimana bisa dikatakan bahwa variabel independen (X2) juga berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Berdasarkan uji asumsi klasik yang didalamnya terdapat 3 uji tes yang dilakukan diantaranya uji normalitas, uji linieritas, dan uji heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji normalitas didapatkan nilai hasil *Asymp. Sig.* dan nilai *Monte Carlo Sig* dibawah 0,05, sehingga dapat dikatakan data diatas tidak berdistribusi secara normal karena nilainya < 0,001. Sedangkan pada uji linieritas menggunakan *Deviation from Linearity* didapatkan hasil dengan nilai <0,001 dimana nilai tersebut

lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Berdasarkan ketentuan diatas nilai tersebut dikatakan tidak linier karena nilai *sig* kurang dari 0,001. Dilanjutkan dengan uji heteroskedastisitas didapatkan hasil dengan nilai 0,023 dimana nilai tersebut berkorelasi dikarenakan nilai signifikansi dibawah <0,05. Sedangkan r hitung pada uji korelasi tersebut didapatkan hasil 0,962 dimana adanya korelasi konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS.

Adapun teori yang memperkuat adanya sifat konformitas terdapat pada (Wardani & Anggadita, 2021) yang mengatakan perubahan perilaku seorang individu secara terang-terangan untuk mendapatkan pengakuan sosial atau diterimanya dalam kelompok tertentu. Adapun faktor yang mendukung terjadinya sifat konsumtif (berbelanja tanpa pertimbangan yang matang) diataranya adalah konformitas (Oktafikasari & Mahmud, 2017). Bersarkan hal tersebut perilaku konsumtif merupakan perilaku yang dapat merugikan indivu, sehingga dapat dikatakan bahwa konformitas dapat merugikan indivu apabila tanpa pertimbangan yang matang.

G. Pengaruh Fanatisme dan Konformitas Penggemar terhadap Budaya *Fandom*

Berdasarkan penjelasan diatas sudah didapatkan hasil dari masing-masing variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y), adapun pada pembahasan kali ini peneliti akan menjabarkan hasil dari kedua variabel independen (X1, X) terhadap variabel dependen (Y) secara bersamaan. Penjelasan sebelumnya menjelaskan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu adanya pengaruh fanatisme penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS di Indonesia dan adanya pengaruh konformitas penggemar terhadap budaya *fandom boyband* BTS di Indonesia.

Berdasarkan data yang telah dkumpulkan peneliti didapatkan hasil uji nilai f pada tabel no 98, dimana nilai tabel pada f hitung no 98 bernilai 3,09. Berdasarkan nilai tersebut dapat dikatakan bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $293,623 > 3,09$. Adapun hasil signifikansi yang didapatkan juga lebih kecil daripada nilai signifikansi yaitu $<0,001 <$ dari 0,05. Sesuai dengan hasil diatas dapat dikatakan bahwa H_0 (hipotesis nol) ditolak dan H_a (hipotesis awal) diterima, dimana adanya pengaruh secara stimulan antara variabel dependen (X1, X2) dengan variabel independen (Y).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Hasil pengujian uji hipotesis didapatkan nilai positif pada pengaruh fanatisme (X1) penggemar terhadap budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai t hitung 10,473 ($10,473 > 1,984$) dan nilai signifikansi 0,001 ($0,001 < 0,05$). Berdasarkan nilai hasil diatas dapat dikatakan adanya pengaruh fanatisme (X1) yang sangat rendah dengan kurang berminatnya penggemar terhadap budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia. Sesuai hasil uji yang telah dilakukan, terdapat sebagian responden yang memiliki tingkat fanatisme yang sangat rendah dan kurang tertarik terhadap budaya *fandom*. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data 63,9% responden yang memiliki kategori seperti diatas, yaitu 36 orang memiliki fanatisme yang sangat rendah dan 23 orang memiliki minat yang rendah terhadap budaya *fandom*. Selain itu berdasarkan hasil uji korelasi didapatkan hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas (X1,X2) dengan variabel terikat (Y) dengan nilai hasil korelasi 0,926, hal tersebut berarti jika terjadi perubahan pada satu variabel kemungkinan besar akan diikuti oleh variabel lainnya karena keduanya mempunyai kaitan yang sangat erat. Hal tersebut menunjukkan adanya faktor lain yang juga dapat mempengaruhi keterlibatan seorang penggemar dalam budaya *fandom*. Tetapi berdasarkan hasil analisis juga menunjukkan hubungan antara variabel fanatisme dan konformitas dan budaya *fandom* tidak selalu berjalan searah, karena fanatisme yang tinggi belum tentu membuat seorang penggemar terlibat dalam budaya *fandom* sebaliknya penggemar dengan fanatisme rendah pun dapat tertarik pada budaya *fandom*. Teori pendukung juga disampaikan oleh Eliani (2018) dalam penelitiannya bahwa kecenderungan individu terhadap suatu objek maupun perilaku yang terlalu ekstrem atau berlebihan terhadap sesuatu biasanya diikuti dengan sifat emosional yang berlebihan (Eliani, 2018).

2. Hasil pengujian uji hipotesis didapatkan nilai positif pada pengaruh konformitas (X2) penggemar terhadap budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai t hitung 2,302 ($2,302 > 1,984$) dan nilai signifikansi 0,023 ($0,023 < 0,05$). Berdasarkan nilai hasil diatas dapat dikatakan adanya pengaruh konformitas (X2) yang buruk dengan kurang berminatnya penggemar terhadap budaya *fandom* (Y) *boyband* BTS di Indonesia. Sesuai hasil uji yang telah dilakukan, terdapat sebagian responden yang memiliki tingkat konformitas yang buruk dan kurang tertarik terhadap budaya *fandom*. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data 57,5% responden yang memiliki kategori seperti diatas, yaitu 40 orang memiliki konformitas yang buruk dan 23 orang memiliki minat yang rendah terhadap budaya *fandom*. Selain itu berdasarkan hasil uji korelasi didapatkan hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas (X1,X2) dengan variabel terikat (Y) dengan nilai hasil korelasi 0,926, hal tersebut berarti jika terjadi perubahan pada satu variabel kemungkinan besar akan diikuti oleh variabel besar lainnya karena keduanya mempunyai kaitan yang sangat erat. Tetapi berdasarkan hasil analisis juga menunjukkan adanya hubungan antara variabel fanatisme dan konformitas dan budaya *fandom* tidak selalu berjalan searah, karena konformitas yang baik belum tentu meningkatkan minat seorang penggemar terhadap budaya *fandom* sebaliknya konformitas yang buruk pun dapat tertarik terhadap budaya *fandom*. Hal tersebut menunjukkan adanya faktor lain yang juga dapat mempengaruhi keterlibatan seorang penggemar dalam budaya *fandom* tersebut. Adapun teori yang memperkuat adanya sifat konformitas terdapat pada (Wardani & Anggadita, 2021) yang mengatakan perubahan perilaku seorang individu secara terang-terangan untuk mendapatkan pengakuan sosial atau diterimanya dalam kelompok tertentu.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penyusunan penelitian, terdapat beberapa kendala yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Berikut keterbatasan pada proses penelitian :

1. Pada proses pengambilan data responden sedikit mengalami kesulitan dikarenakan proses pengambilan data dilakukan secara online (*G-form*) sehingga

peneliti tidak dapat mengontrol responden secara langsung dalam mengisi kuesioner. Jangka waktu pengisian kuesioner yang lama (satu bulan) juga menjadi kendala bagi peneliti yang tidak dapat diatur langsung oleh peneliti karena berdasarkan kesediaan responden dalam mengisi kuesioner.

2. Pada penelitian ini, peneliti juga mengalami kendala dalam proses pengambilan sampel dengan kendala keterbatasan pengiriman *direct message* (DM) pada twitter dengan 10 (DM) perhari. Kendala yang sama juga dirasakan ketika (DM) Instagram juga butuh mendapatkan konfirmasi dari penerima, pengumpulan hasil responden tersebut berlangsung sekitar 2-3 bulan.

C. Saran

Saran yang disarankan oleh peneliti selama proses pengerjaan penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti variabel independen fanatisme dan konformitas, diharapkan menggunakan variabel dependen yang berbeda.
2. Dapat digunakan juga sebagai penelitian terdahulu dalam meneliti *fandom* pria di Indonesia.
3. Untuk penelitian dengan metode Kuantitatif disarankan untuk proses pengambilan data dilakukan secara langsung.
4. Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai penelitian terdahulu bagi peneliti selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Abusyairi, K. (2013). Pembelajaran bahasa dengan pendekatan budaya. *Dinamika Ilmu*, 13(2), 174-188.
- Aisyah, S. (2021). *Pengaruh Budaya Korean Populer di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Tangerang Selatan* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Anwar, C. R. (2018). Mahasiswa dan K-Pop. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Aulia, D. (2020). *Pengaruh Fanatisme K-Pop Terhadap Perilaku Imitasi Remaja (Studi Komunitas Purple Army Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- BTS logo [Photograph]. (n.d). Diambil dari <https://id.pinterest.com/pin/15340454973825676/>
- Bts Photo Group Icon [Photograph]. (n.d). Diambil dari <https://id.pinterest.com/pin/914160424354277843/>
- Cahyantika, A., Sari, Y. W. I., Saleh, A., & Firmansyah, M. G. (2023). Kecanduan K-Pop (Korean Pop) pada Remaja. In *Proceeding Conference On Psychology and Behavioral Sciences*, 2(1). 271-275.
- Christofora, K. (2023). *Pengaruh Budaya Korea di Indonesia: Sejarah, perkembangan, dan Dampaknya*. Yogyakarta: Cahaya Harapan. 40.
- CNN Indonesia. (2019). *Bahaya di Balik Fenomena Candu K-Pop*. Diambil dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190202171900-227-365989/bahaya-di-balik-fenomena-candu-k-pop>
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal penelitian psikologi*, 3(1), 59-72.
- El-Yana, K. (2021). *Dijajah Korea*. Tangerang: indigo Media. 76.

- Etikasari, Y. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-Popers) (Studi pada Penggemar K-Pop di Yogyakarta). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(3), 190-202.
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika fanatisme penggemar k-pop pada komunitas bts-army medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 194-201.
- Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. (2023). Fanaticism of consumptive behavior of merchandise purchasing in student boyband fans. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 27-38.
- Febriany, S. F., Santi, D. E., & Ananta, A. (2022). Agresi verbal di media sosial pada remaja penggemar K-Pop: Bagaimana peranan fanatisme?. *INNER: Journal of Psychological Research*, 1(4), 194-200.
- Hardani, et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu. 248.
- Hasanah, U. (2013). Pembentukan Identitas Diri dan Gambaran Diri (*Self Body Image*) pada Remaja Putri Bertato Di Samarinda. *Jurnal Ilmiah Psikologi : Psikoborneo*, 1(2), 102-107.
- Hikmah, H. (2022). *Pengaruh Konformitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya terhadap Budaya Nongkrong di Kafe* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya).
- Insan, I. (2023). *Pengantar Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Zahir Publishing. 55.
- Jannah, M. (2014). Gambaran Identitas Diri Remaja Akhir Wanita yang Memiliki Fanatisme K-Pop di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1), 34-40.
- Julita, N. (2020). *Hubungan antara konformitas dengan status identitas diri pada penggemar kpop* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

- Liliwari, A. (2003). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Lkis Pelangi Aksara, 7-10.
- Mardison, S. (2016). Konformitas teman sebaya sebagai pembentuk perilaku individu. *Jurnal Al-Taujih: Bingkai Bimbingan dan Konseling Islami*, 2(1), 78-90.
- Maryati, K., & Suryawati, J. (2001). *Sosiologi untuk SMA dan MA XI*. Yogyakarta: Erlangga. 137.
- Maulana, R. (2019). *Persepsi maskulinitas boyband Bangtan Boys/BTS di kalangan penggemar (Studi deskriptif kualitatif pada komunitas Adorable Representative MC for Youth (ARMY) Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA).
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas hedonis dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 684-697.
- OT/7 [Photograph]. (n.d). Diambil dari <https://id.pinterest.com/pin/655484920769256973/>
- Parawansa, G., & Nasution, F. Z. (2022). Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Merokok pada Remaja Laki-laki. *Educativo: Jurnal Pendidikan*, 1(2), 630-636.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom K-Pop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 42-54.
- Pratiwi, A. Y., & Uyun, Z. (2022). *Hubungan antara Kelekatan Teman Sebaya dengan Identitas Diri Penggemar K-Pop pada Komunitas My Day* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Purba, R., & Solekhah, N. (2019). Kesetiakawanan fans K-Pop di Era digital. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 43(2), 187-194.
- Purwatiningsih, R. (2023). *Pengaruh Imitation Idol K-POP Terhadap Perilaku Keagamaan Pada Remaja Kota Pekanbaru (Studi pada Penggemar BTS: Komunitas Moarmy*

- Pekanbaru*) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Qurrotul‘Aini, P. (2022). *Hubungan antara Kontrol Diri dengan Celebrity Worship pada Fandom Army Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Rahmayanthi, R. (2017). Konformitas teman sebaya dalam perspektif multikultural. *JOMSIGN: Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling (JOMSIGN)*, 1(1), 71-82.
- Rengganis, D. A. (2017). Kontribusi Identitas Sosial terhadap Konformitas Pada Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi*, 9(2), 161-167.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme penggemar kpop dalam bermedia sosial di instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13-23.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish. 63-137.
- Rosika, C. (2023). Analisis Paradigma Filsafat Positivisme. *Comserva: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(6), 2464-2473.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business A Skill Building Approach*. Amerika Serikat: Malloy Lithographing. 294.
- Sri, F. D. (2022). *Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-POP Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali (Studi Pada Komunitas Kpopers Bengkulu)* (Doctoral Dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 64-80.
- Tutiasri, R. P. (2016). Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 81-90.

- Wahdah, N. B. (2024, 18 April). Peningkatan Ekonomi Kreatif melalui Tour Konser BTS di Indonesia. *UNAIR NEWS*. <https://unair.ac.id/peningkatan-ekonomi-kreatif-melalui-tour-konser-bts-di-indonesia/>
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Pekalongan: Nem. 18.
- Yunaila, E.M., & Etika, A.N. (2020). *Remaja dan Konformitas Teman Sebaya*. Malang: Ahlimedia Press. 23.

Lampiran

Lampiran 1

Angket Variabel (X1) : Fanatisme

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya mengikuti setiap akun media sosial <i>member</i> BTS					
2	Saya mengikuti setiap akun yang menyajikan berita mengenai idola saya supaya tidak ketinggalan informasi tentang <i>member</i> BTS					
3	Saya akan tetap menggemari idola saya meskipun banyak yang berbicara buruk tentang <i>member</i> BTS					
4	Saya menonton acara TV atau live streaming karena <i>member</i> BTS terlibat dalam acara tersebut					
5	Mendengarkan lagu <i>member</i> BTS akan membuat diri saya semangat dan membuat perasaan saya membaik dalam menjalankan aktivitas					
6	Saya sangat mengidolakan, mencintai, dan <i>member</i> BTS segalanya bagi saya					
7	Mengoleksi album, foto, dan atribut <i>member</i> BTS adalah bentuk kecintaan saya					
8	Saya lebih memilih menonton konser <i>member</i> BTS saya dari pada belajar untuk ujian besok					
9	Saya memberikan dukungan seperti <i>voting</i> untuk <i>member</i> BTS agar menang penghargaan meskipun karya idola saya tidak begitu bagus					
10	Saya sudah sangat lama bergabung di komunitas <i>army</i> dan K-pop					
11	Saya akan tetap mendukung idola saya meskipun <i>member</i> BTS sedang masa hiatus dan meyakainya sampai tua					

12	<i>Member</i> BTS adalah idola terbaik yang memiliki banyak talenta dibandingkan dengan idola lainnya					
13	Saat ada berita buruk mengenai <i>member</i> BTS, saya percaya bahwa itu adalah iri dan bohong karena hanya karangan media saja					
14	Saya akan marah apabila <i>member</i> BTS memiliki seorang kekasih					
15	Saya akan ikut menjelaskan dan membela <i>member</i> BTS pada teman saya terkait berita buruk mengenai idola saya					

Lampiran 2

Angkat Variabel (X2) : Konformitas

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya berusaha menyesuaikan diri dengan kebiasaan dan bertahan dengan teman-teman dalam kelompok penggemar BTS					
2	Teman-teman saya selalu ada ketika saya membutuhkan dan saya merasa tidak berarti tanpa teman-teman kelompok penggemar BTS					
3	Saya tidak peduli dengan apa yang teman-teman saya alami dan saya tetap bias melakukan semua hal yang saya inginkan					
4	Saya merasa kesepian jika tidak bersama teman-teman saya					
5	Saya selalu mengikuti keinginan kelompok penggemar BTS yang selalu menginspirasi saya					
6	Dalam menyelesaikan masalah, saya cenderung memilih mayoritas pendapat teman-teman yang mempengaruhi pendapat saya daripada memilih pendapat sendiri					

7	Saya tetap bertahan dengan pendapat saya meskipun bertentangan dengan pendapat teman-teman dan pendapat teman-teman tidak penting					
8	Saya berusaha berpenampilan sama dengan teman-teman dalam kelompok penggemar BTS					
9	Saya akan menjaga keutuhan kelompok dan mengikuti tuntunan kelompok penggemar BTS demi eksistensi agar pertemanan tetap langgeng					
10	Lebih baik saya mengerjakan aktivitas lain daripada main bersama teman-teman					
11	Saya akan menghindari apa yang dianggap buruk oleh teman-teman saya karena teman-teman segalanya buat saya					
12	Menurut saya, teman-teman saya adalah sumber informasi yang akurat dan tempat yang akurat untuk meminta saran					
13	Lebih baik saya mencari tahu sendiri tentang informasi yang saya butuhkan daripada bertanya kepada teman-teman karena tidak yakin dengan informasi dari teman-teman saya					
14	Saya menjalankan peraturan dan menuruti ajakan kelompok penggemar BTS karena saya merasa bahwa peraturan tersebut sudah benar					
15	Lebih baik saya menjalankan peraturan kelompok penggemar BTS daripada harus menanggung risiko dibenci oleh teman-teman					
16	Saya akan mencari teman baru apabila kelompok pertemanan saya melakukan penolakan dan membatasi ruang gerak saya					
17	Saya tidak takut dianggap sebagai pengkhianat oleh teman-teman kelompok penggemar BTS ketika tidak mematuhi aturan dalam kelompok dan membatalkan rencana pribadi demi kelompok					

Lampiran 3

Angket Variabel Y : Budaya *Fandom*

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya mengetahui budaya K-Pop / <i>fandom</i> (K-drama, K-musik)					
2	Saya mengetahui makna reinkarnasi dalam budaya K-Pop / <i>fandom</i>					
3	Saya memahami <i>time traveler</i> (penjelajah waktu) dalam budaya K-Pop / <i>fandom</i>					
4	Saya mengetahui <i>time loop</i> (pengulangan waktu) dalam tayangan budaya K-Pop / <i>fandom</i>					
5	Saya mengetahui <i>fans service</i> (pelayanan untuk fans dari <i>idol</i>)					
6	Saya merasa tenang saat mendengar lagu <i>idol</i> K-Pop saya					
7	Saya mengetahui makna <i>shipper</i> dalam budaya K-Pop / <i>fandom</i>					
8	Saya mengetahui dan hafal lagu-lagu dari idol K-Pop kesukaan saya					
9	Saya sering menyaksikan budaya K-Pop / <i>fandom</i> di media sosial					
10	Saya menonton tayangan K-Pop terkait dewa-dewa, malaikat maut, maupun makhluk astral lainnya					
11	Saya suka melihat <i>idol</i> Korea di media sosial					
12	Saya suka memasangkan (<i>shiper</i>) antar member dalam group <i>idol</i>					

13	Saya suka <i>fans service</i> yang ditunjukkan <i>idol</i> favorit saya					
14	Saya melihat tayangan K-Pop saya merasa terhibur					
15	Saya merasa harus menonton dan mengetahui kabar idola K-Pop saya					
16	Saya merasa mengetahui kabar idola K-Pop saya merupakan bagian penting dalam keseharian saya					
17	Saya merasa <i>idol</i> saya menjadi penolong saat saya sedih					

Lampiran 4

Identitas Responden

Nama

100 responses

Farrah yudia filaili

Nabila

Azumah Husna Nifarin

neng hawaun nu'ma

una

Rifda

nada

Ashif ashidiqie

sandra

Nama

100 responses

hamba Allah

Liza

Nafisa

Rahmi

Garjita Nabila Putri Agung

Afifah Pramudita Rismawati Dewi

Nisrina

angel

Nada Aliya

Nama

100 responses

Tsania

tanti

Dian Dwi Permanawati

Al

Syifa

diva

Diva da apeng

Lisa dwi anggraini

asa

Nama

100 responses

Datul
Ega
dewipurnama2602@gmail.com
Novia
Hany Lutfia
mika
Mutiara
M
mitha

Nama

100 responses

irna
Della
Saputri Atakuni
Lyra
Shinta kristina
Asrianti
azzaliacris
Shabrina A
Jasmine Fadhilah Zahra

Nama

100 responses

Saffanah Nur Elvina Mulyawati

Dian Nabila, S.P

Devia Nalita Rahuda

Rama yunita

Cherin Afrianti G

Anindya Atisha

Ade novita sari

Syifa sintia

Wulan Marieta

Nama

100 responses

Putri nazira

Nita Irawati

Nabila siti nuraida

Maudy ayu

Naluri Dwi Setia

Sandra Meisya

Gita Sandra

Zelda anatasya

Naura Safa Afifah

Nama

100 responses

Ayu Pratiwi

Fira Maharani

Fahira Dilla

Syakira Amelia

Asyira Putri

Nayla Rani

Ratih Dwi

Tyara Fatmawati

Kanza Mikayla

Nama

100 responses

Kanza Mikayla

Naira Nafisa

Girly Andar

Cindy AYu

Salwa Zahira

Sisilia Winda

Rayan Khairina

Devina Kayla

Verina Luthfia

Nama

100 responses

Verina Luthfia

Intan Nadinie

Ajeng Prasetya

Maryana Windarti

Annisa Tanya

Novelia Tamara

Dhannis Primanur

Yaya Sunarya

Shaffa Nabila

Nama

100 responses

Dewi Saraswati

avrilia aulia

hana sanviana

Devina Putriana

Felicia Wiryanataputri

Azrana Yameena

Alisya Zifra

Anesya Tiara

Gabriella Putri

Indira Aprilia

Irma aulia n

Raissy Putri

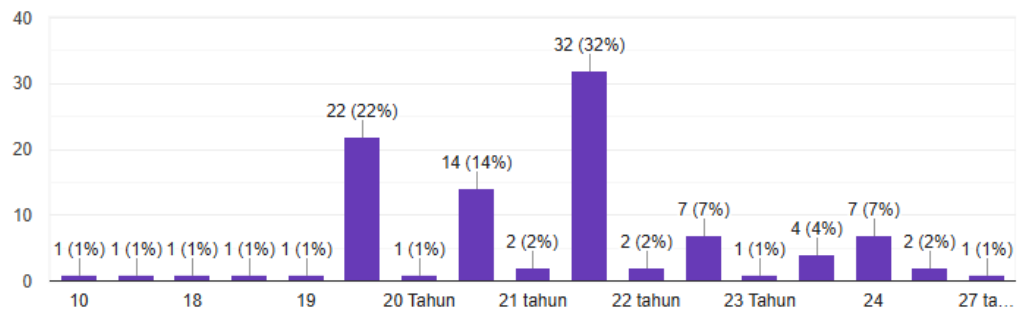
Lampiran 5

Usia

Usia

[Copy chart](#)

100 responses



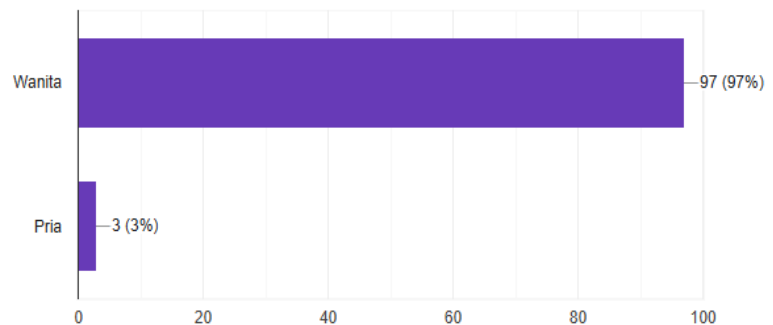
Lampiran 6

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

[Copy chart](#)

100 responses



Lampiran 7

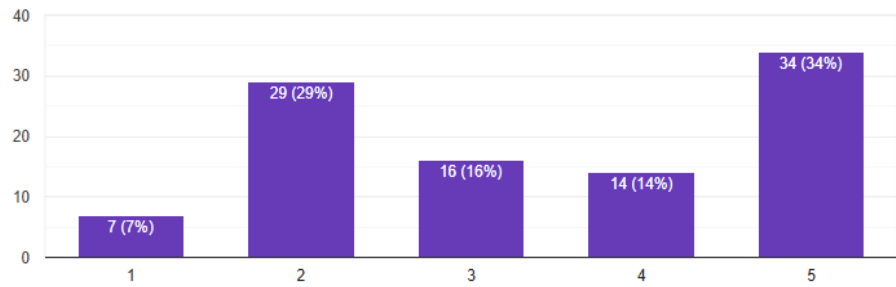
Persentase Jawaban Soal Fanatisme

Variabel (X1) Fanatisme

1. Saya mengikuti setiap akun media sosial *member* BTS

[Copy chart](#)

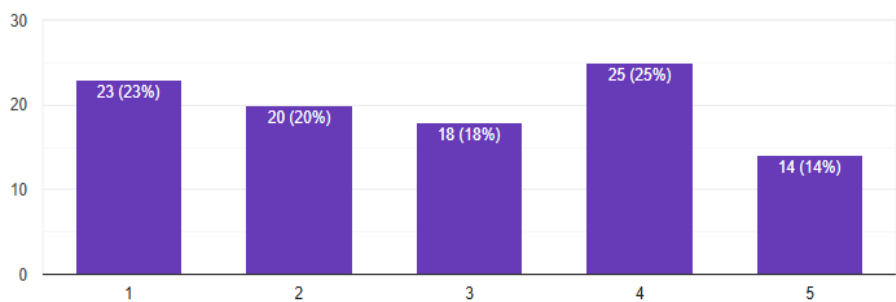
100 responses



2. Saya mengikuti setiap akun yang menyajikan berita mengenai idola saya supaya tidak ketinggalan informasi tentang *member* BTS

[Copy chart](#)

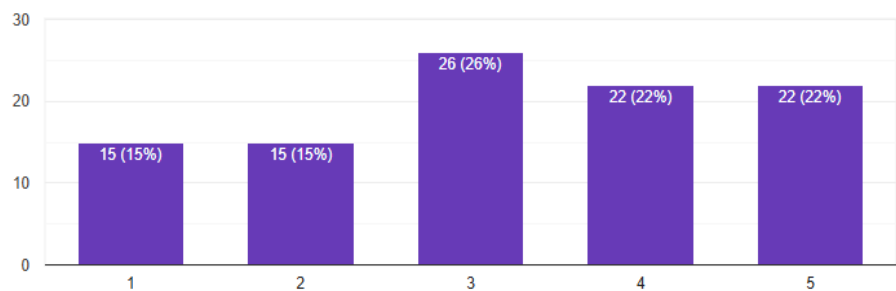
100 responses



3. Saya akan tetap menggemari idola saya meskipun banyak yang berbicara buruk tentang *member* BTS

[Copy chart](#)

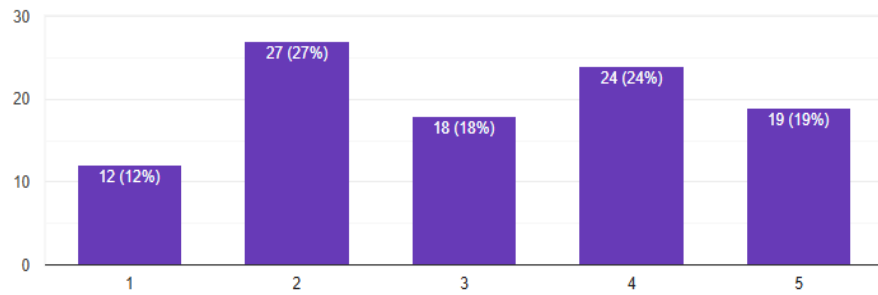
100 responses



4. Saya menonton acara TV atau live streaming karena *member* BTS terlibat dalam acara tersebut

[Copy chart](#)

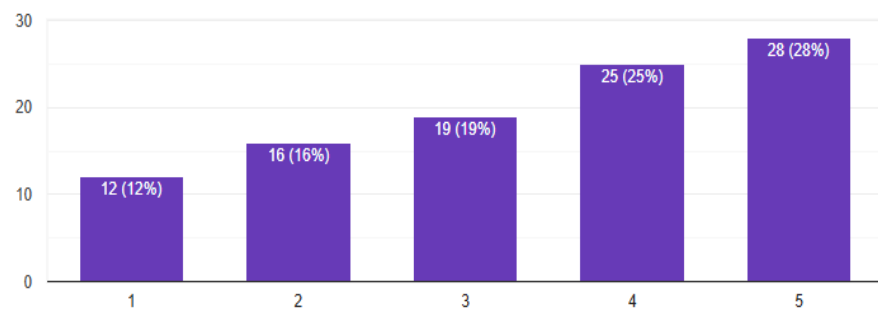
100 responses



5. Mendengarkan lagu *member* BTS akan membuat diri saya semangat dan membuat perasaan saya membaik dalam menjalankan aktivitas

[Copy chart](#)

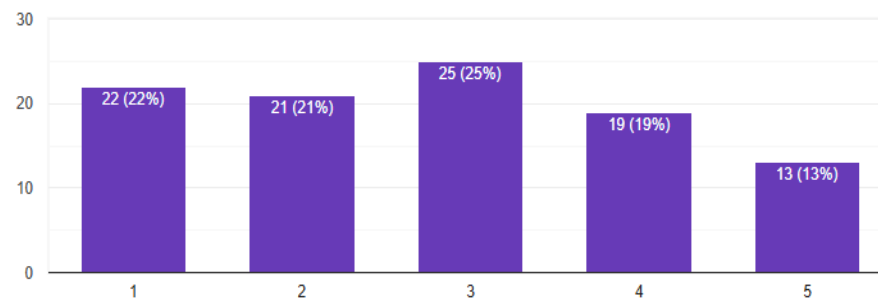
100 responses



6. Saya sangat mengidolakan, mencintai, dan *member* BTS segalanya bagi saya

[Copy chart](#)

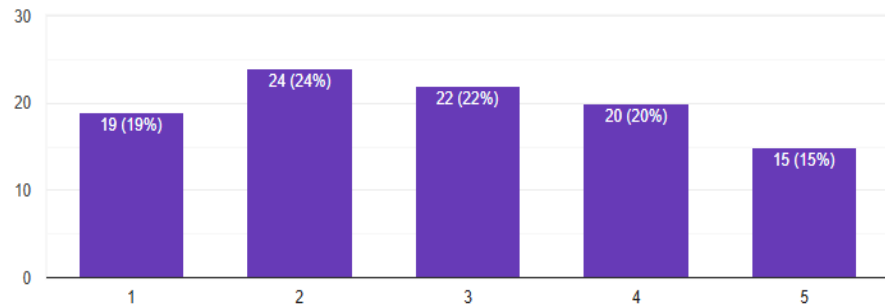
100 responses



7. Mengoleksi album, foto, dan atribut *member* BTS adalah bentuk kecintaan saya

[Copy chart](#)

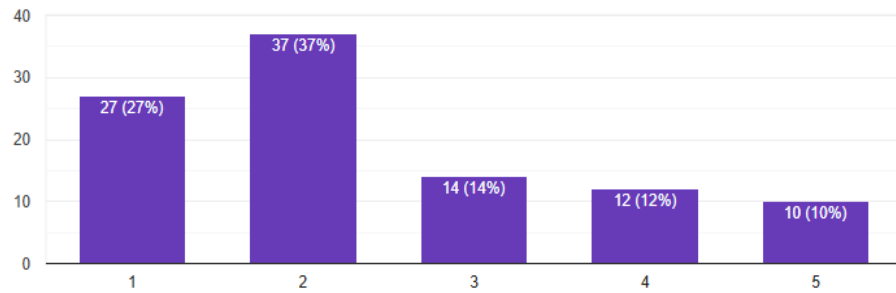
100 responses



8. Saya lebih memilih menonton konser *member* BTS saya dari pada belajar untuk ujian besok

[Copy chart](#)

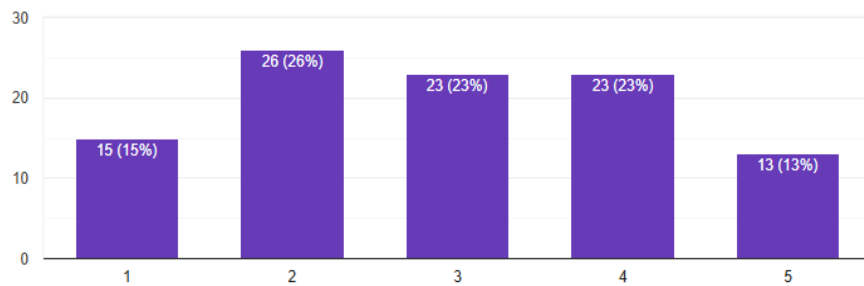
100 responses



9. Saya memberikan dukungan seperti *voting* untuk *member* BTS agar menang penghargaan meskipun karya idola saya tidak begitu bagus

[Copy chart](#)

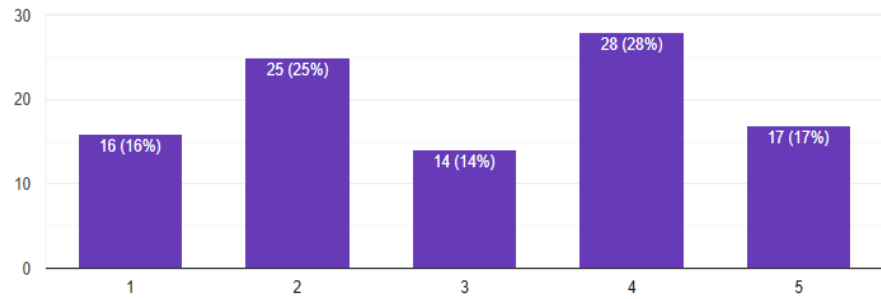
100 responses



10. Saya sudah sangat lama bergabung di komunitas *army* dan K-pop

[Copy chart](#)

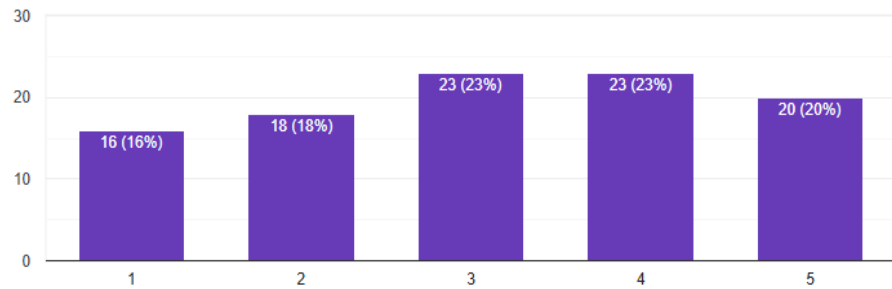
100 responses



11. Saya akan tetap mendukung idola saya meskipun *member* BTS sedang masa hiatus dan meyakainya sampai tua

[Copy chart](#)

100 responses



12. *Member* BTS adalah idola terbaik yang memiliki banyak talenta dibandingkan dengan idola lainnya

[Copy chart](#)

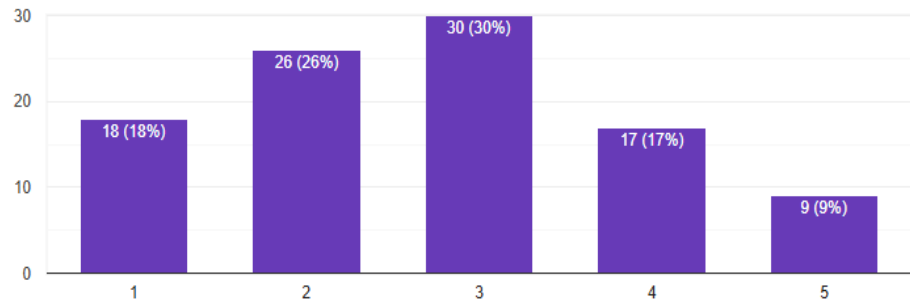
100 responses



13. Saat ada berita buruk mengenai *member* BTS, saya percaya bahwa itu adalah iri dan bohong karena hanya karangan media saja

 Copy chart

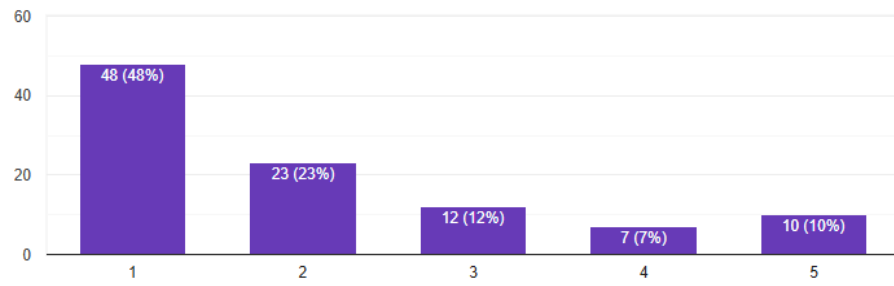
100 responses



14. Saya akan marah apabila *member* BTS memiliki seorang kekasih

 Copy chart

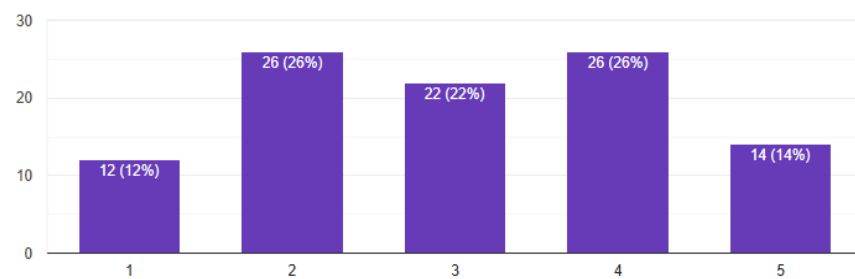
100 responses



15. Saya akan ikut menjelaskan dan membela *member* BTS pada teman saya terkait berita buruk mengenai idola saya

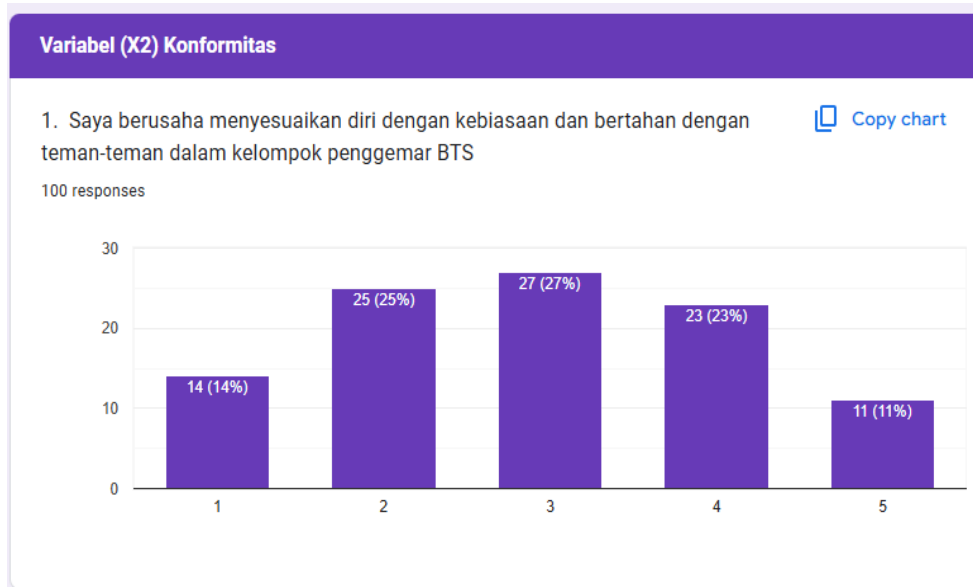
 Copy chart

100 responses



Lampiran 8

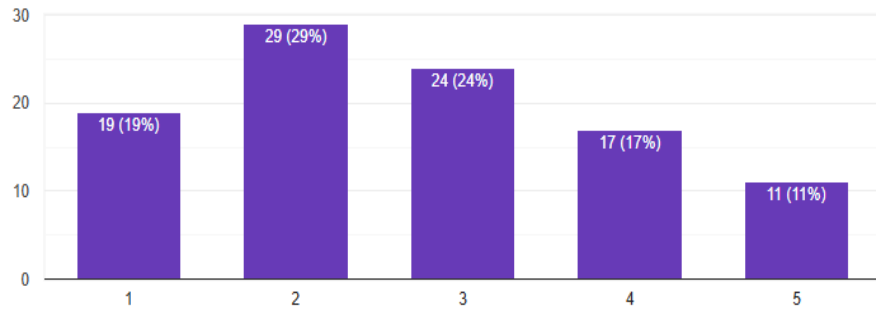
Persentase Jawaban Soal Konformitas



4. Saya merasa kesepian jika tidak bersama teman-teman saya

[Copy chart](#)

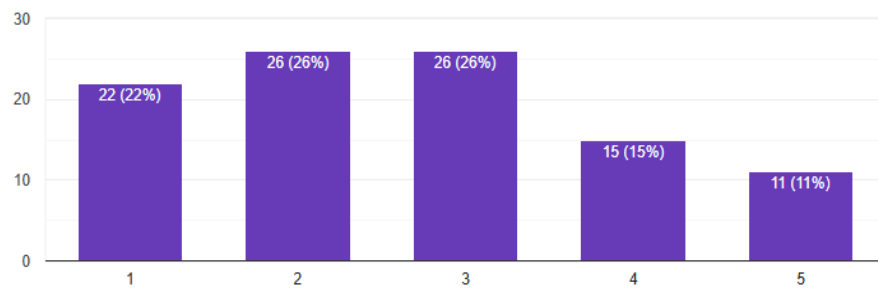
100 responses



5. Saya selalu mengikuti keinginan kelompok penggemar BTS yang selalu menginspirasi saya

[Copy chart](#)

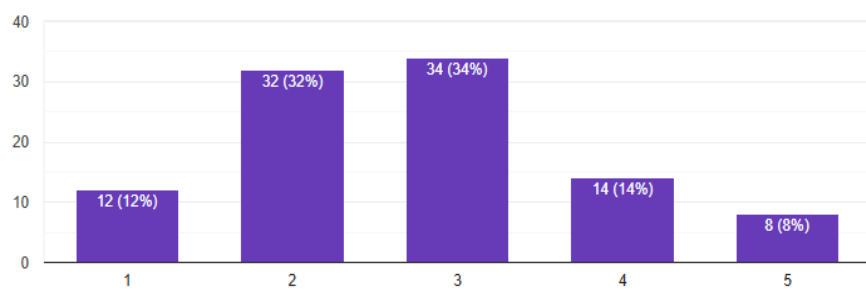
100 responses



6. Dalam menyelesaikan masalah, saya cenderung memilih mayoritas pendapat teman-teman yang mempengaruhi pendapat saya daripada memilih pendapat sendiri

[Copy chart](#)

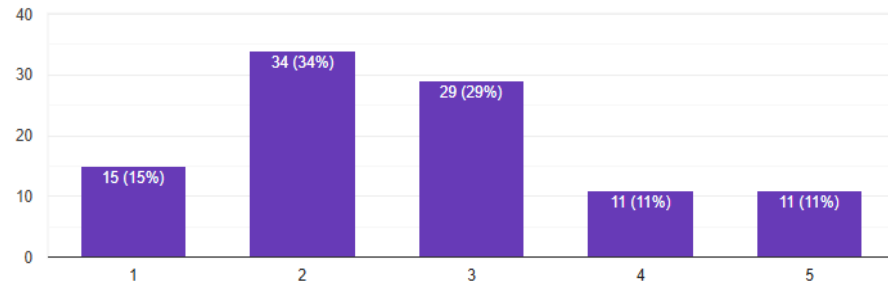
100 responses



7. Saya tetap bertahan dengan pendapat saya meskipun bertentangan dengan pendapat teman-teman dan pendapat teman-teman tidak penting

[Copy chart](#)

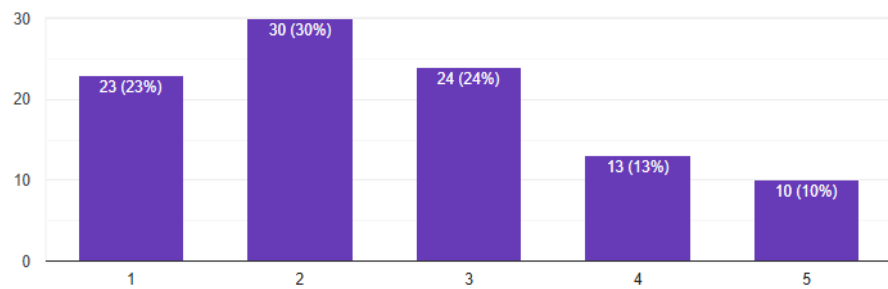
100 responses



8. Saya berusaha berpenampilan sama dengan teman-teman dalam kelompok penggemar BTS

[Copy chart](#)

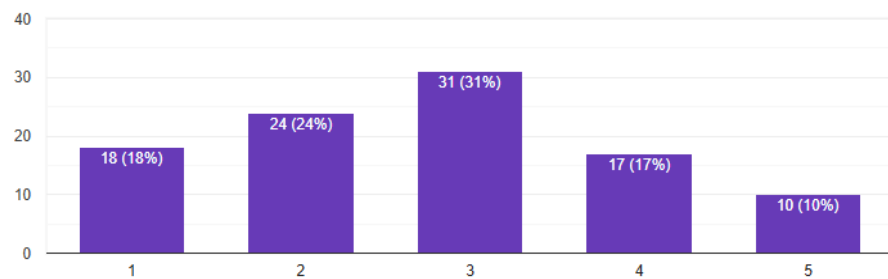
100 responses



9. Saya akan menjaga keutuhan kelompok dan mengikuti tuntunan kelompok penggemar BTS demi eksistensi agar pertemanan tetap langgeng

[Copy chart](#)

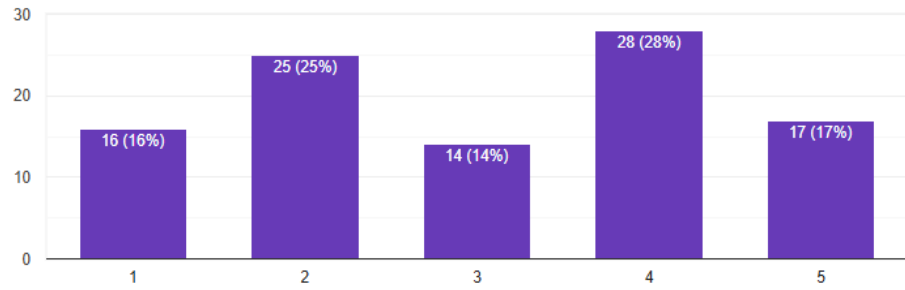
100 responses



10. Saya sudah sangat lama bergabung di komunitas *army* dan K-pop

 Copy chart

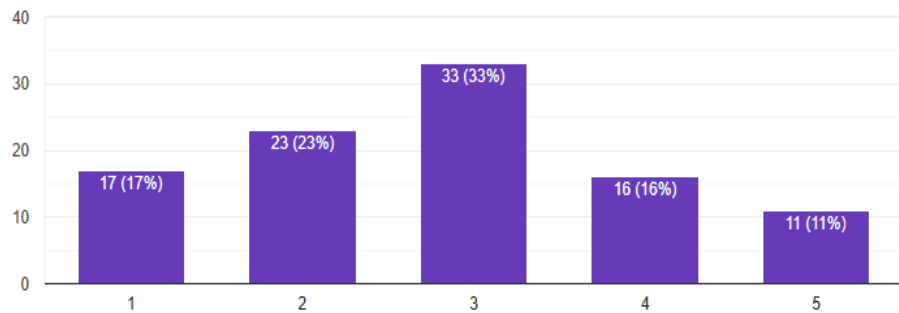
100 responses



11. Saya akan menghindari apa yang dianggap buruk oleh teman-teman saya karena teman-teman segalanya buat saya

 Copy chart

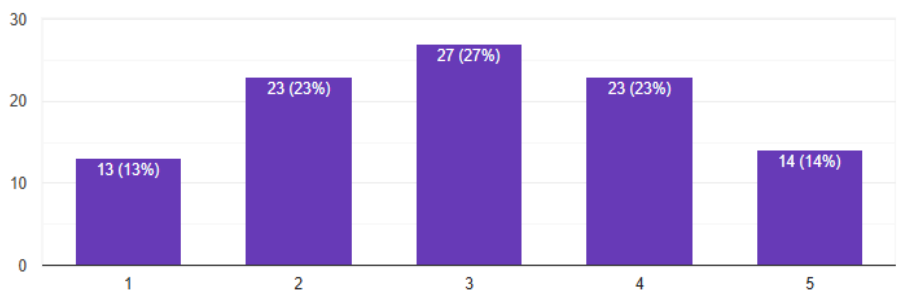
100 responses



12. Menurut saya, teman-teman saya adalah sumber informasi yang akurat dan tempat yang akurat untuk meminta saran

 Copy chart

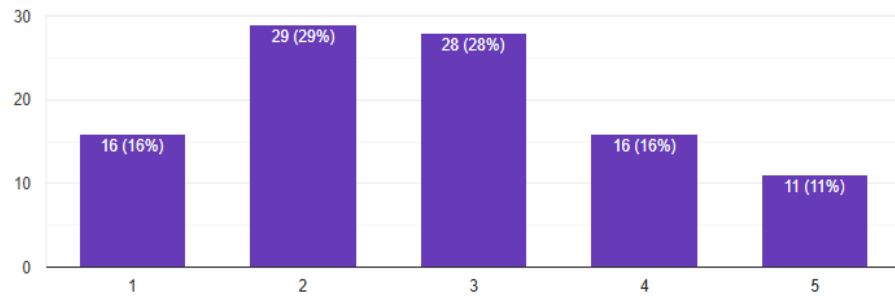
100 responses



13. Lebih baik saya mencari tahu sendiri tentang informasi yang saya butuhkan daripada bertanya kepada teman-teman karena tidak yakin dengan informasi dari teman-teman saya

[Copy chart](#)

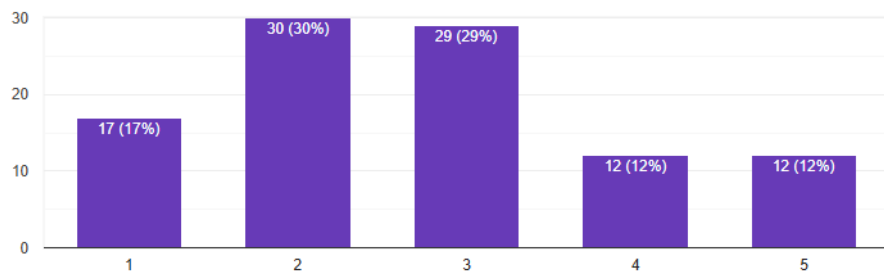
100 responses



14. Saya menjalankan peraturan dan menuruti ajakan kelompok penggemar BTS karena saya merasa bahwa peraturan tersebut sudah benar

[Copy chart](#)

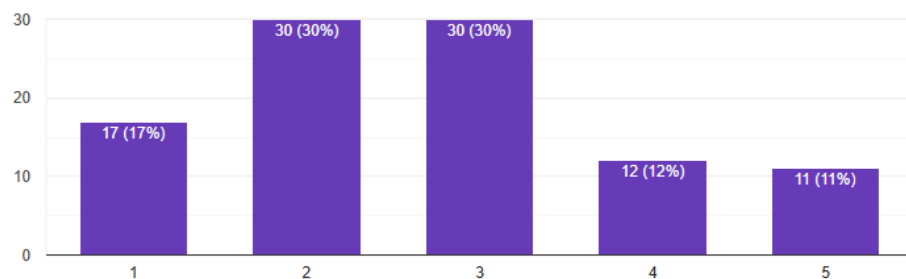
100 responses



15. Lebih baik saya menjalankan peraturan kelompok penggemar BTS daripada harus menanggung risiko dibenci oleh teman-teman

[Copy chart](#)

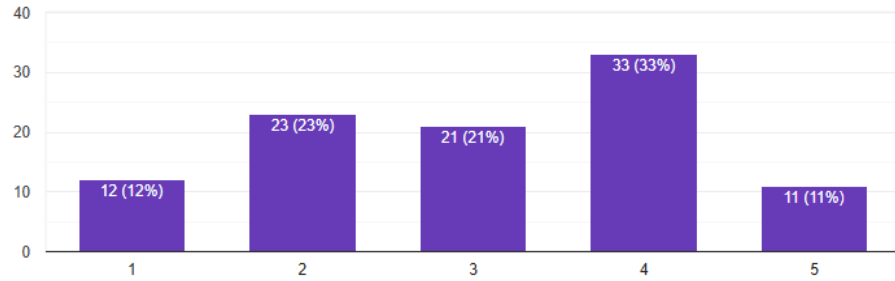
100 responses



16. Saya akan mencari teman baru apabila kelompok pertemanan saya melakukan penolakan dan membatasi ruang gerak saya

[Copy chart](#)

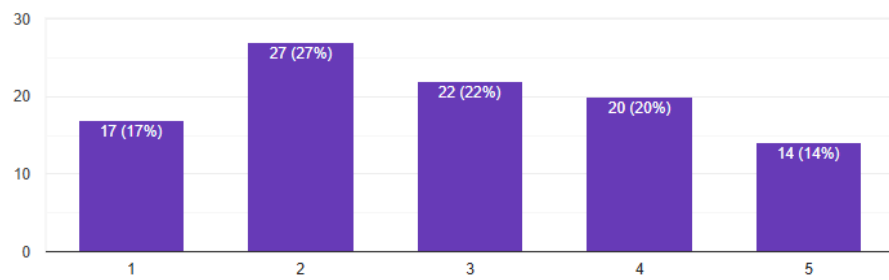
100 responses



17. Saya tidak takut dianggap sebagai pengkhianat oleh teman-teman kelompok penggemar BTS ketika tidak mematuhi aturan dalam kelompok dan membatalkan rencana pribadi demi kelompok

[Copy chart](#)

100 responses



Lampiran 9

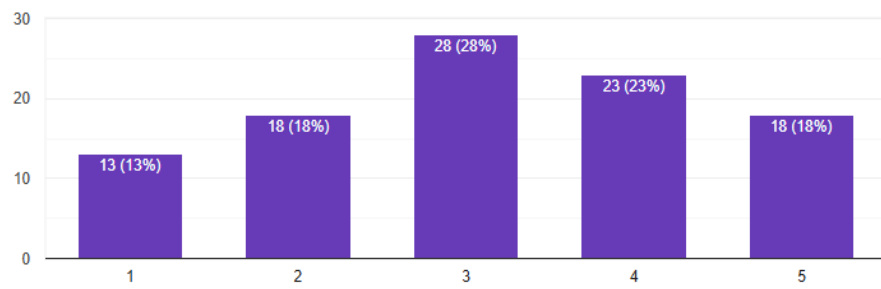
Persentase Jawaban Soal Budaya *Fandom*



4. Saya mengetahui *time loop* (pengulangan waktu) dalam tayangan budaya K-Pop / *fandom*

[Copy chart](#)

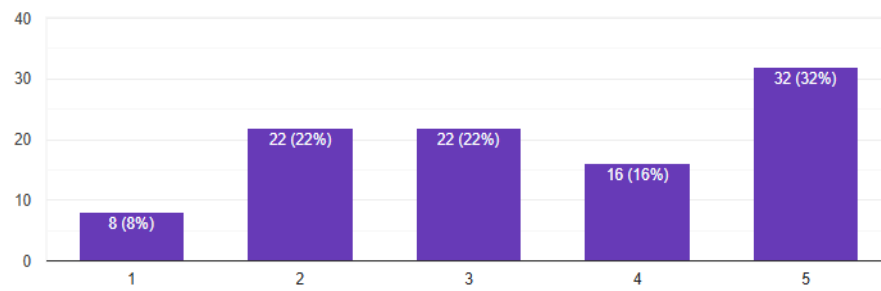
100 responses



5. Saya mengetahui *fans service* (pelayanan untuk fans dari *idol*)

[Copy chart](#)

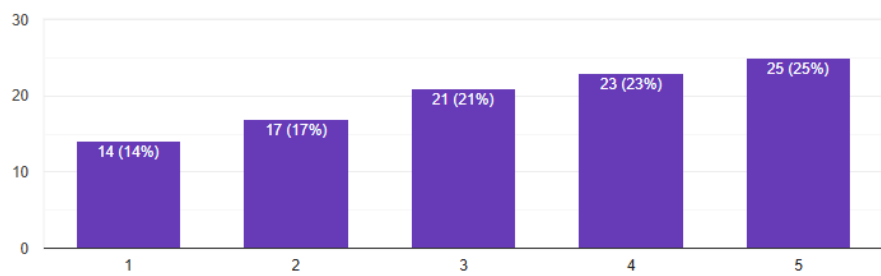
100 responses



6. Saya merasa tenang saat mendengar lagu *idol* K-Pop saya

[Copy chart](#)

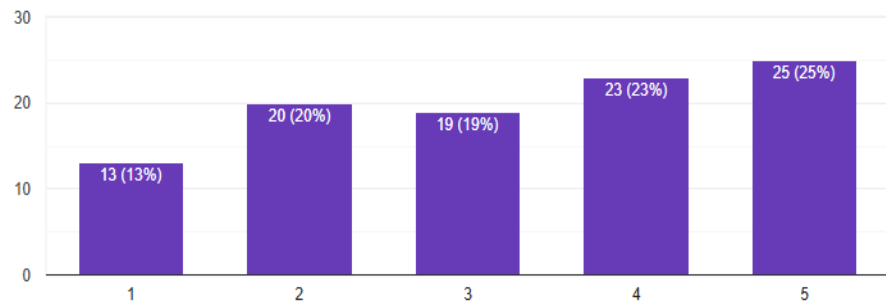
100 responses



7. Saya mengetahui makna *shipper* dalam budaya K-Pop / *fandom*

 Copy chart

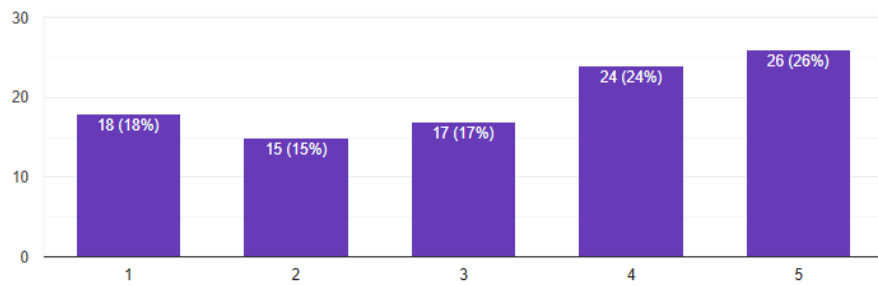
100 responses



8. Saya mengetahui dan hafal lagu-lagu dari idol K-Pop kesukaan saya

 Copy chart

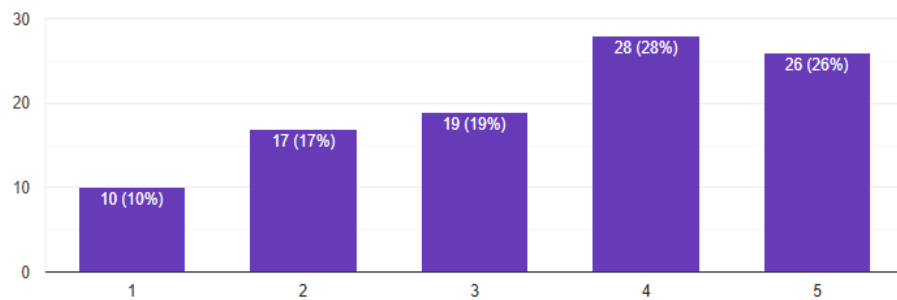
100 responses



9. Saya sering menyaksikan budaya K-Pop / *fandom* di media sosial

 Copy chart

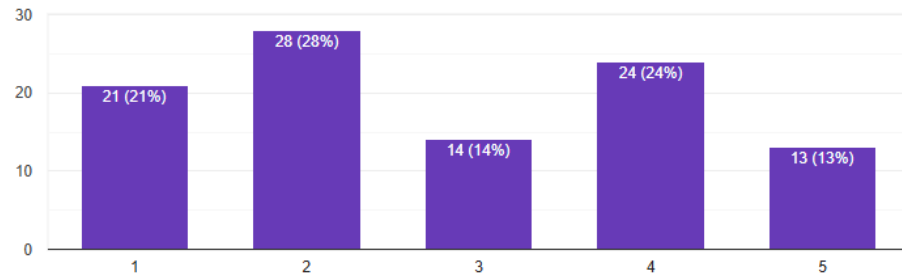
100 responses



10. Saya menonton tayangan K-Pop terkait dewa-dewa, malaikat maut, maupun makhluk astral lainnya

[Copy chart](#)

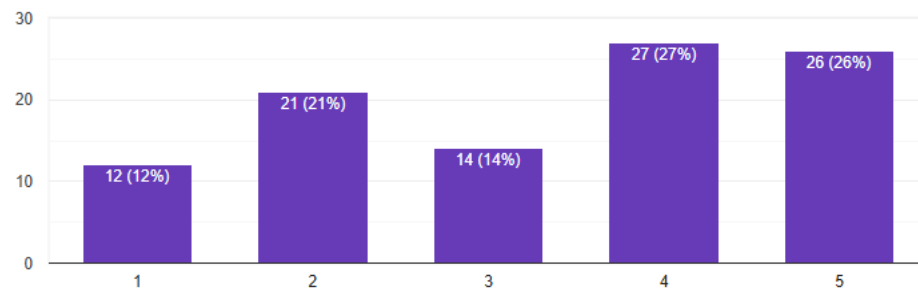
100 responses



11. Saya suka melihat *idol* Korea di media sosial

[Copy chart](#)

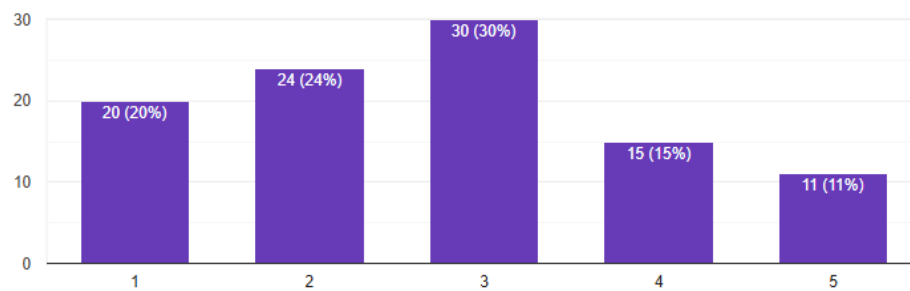
100 responses



12. Saya suka memasang (*shiper*) antar member dalam group *idol*

[Copy chart](#)

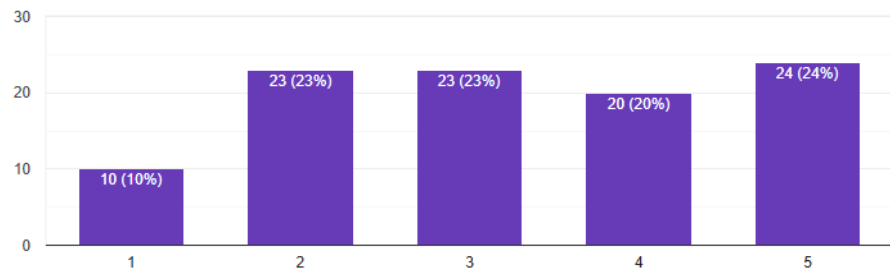
100 responses



13. Saya suka *fans service* yang ditunjukkan *idol* favorit saya

[Copy chart](#)

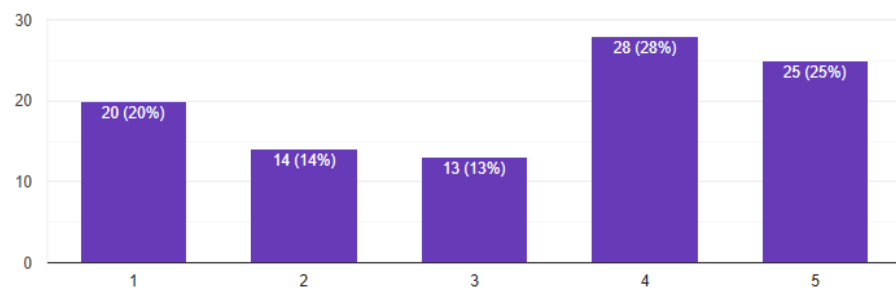
100 responses



14. Saya melihat tayangan K-Pop saya merasa terhibur

[Copy chart](#)

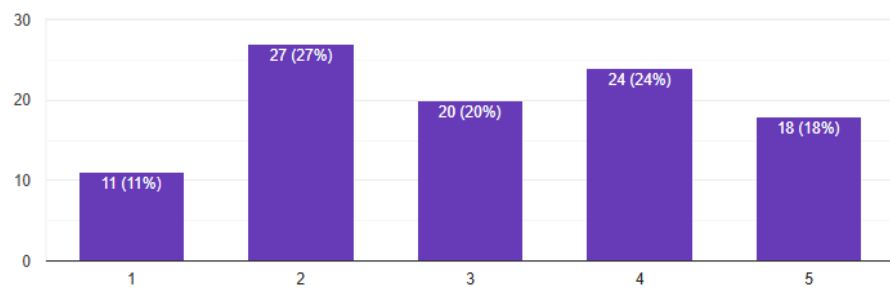
100 responses



15. Saya merasa harus menonton dan mengetahui kabar *idola* K-Pop saya

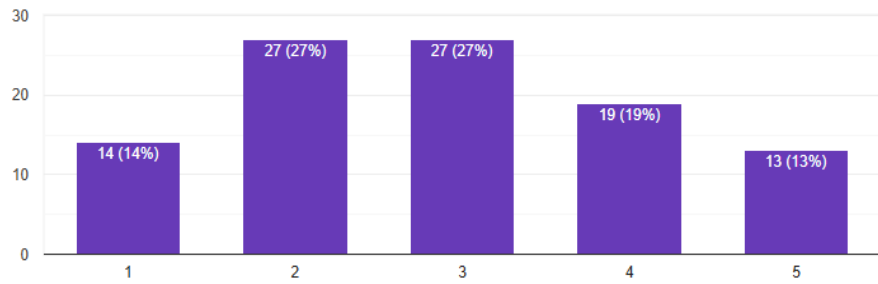
[Copy chart](#)

100 responses



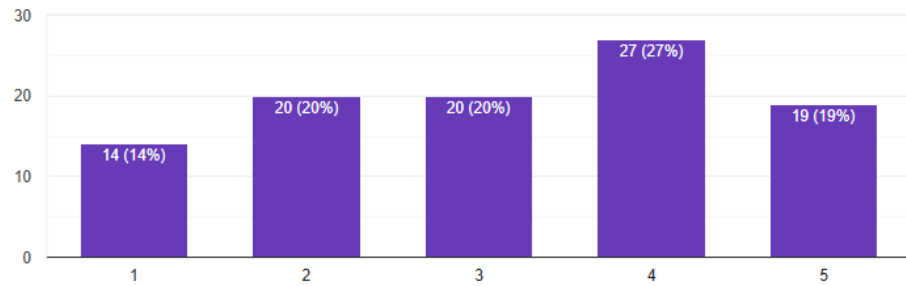
16. Saya merasa mengetahui kabar idola K-Pop saya merupakan bagian penting dalam keseharian saya [Copy chart](#)

100 responses



17. Saya merasa *idol* saya menjadi penolong saat saya sedih [Copy chart](#)

100 responses



Lampiran 10

Uji Tabulasi Silang Fanatisme (X1) terhadap Budaya *Fandom* (Y)

FANTISME * BUDAYAFANDOM Crosstabulation

		BUDAYAFANDOM					Total	
		tidak berminat	kurang berminat	cukup berminat	berminat	sangat berminat		
FANTISME	sangat rendah	Count	12	23	0	1	0	36
	% within FANTISME		33,3%	63,9%	0,0%	2,8%	0,0%	100,0%
	rendah	Count	0	6	7	2	1	16
	% within FANTISME		0,0%	37,5%	43,8%	12,5%	6,3%	100,0%
	cukup tinggi	Count	0	0	4	13	1	18
	% within FANTISME		0,0%	0,0%	22,2%	72,2%	5,6%	100,0%
	tinggi	Count	0	0	0	9	20	29
	% within FANTISME		0,0%	0,0%	0,0%	31,0%	69,0%	100,0%
	sangat tinggi	Count	0	0	0	0	1	1
	% within FANTISME		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Count		12	29	11	25	23	100
	% within FANTISME		12,0%	29,0%	11,0%	25,0%	23,0%	100,0%

Uji Tabulasi Silang Konformitas (X2) terhadap Budaya *Fandom* (Y)

KONFORMITAS * BUDAYAFANDOM Crosstabulation

			BUDAYAFANDOM					
			tidak berminat	kurang berminat	cukup berminat	berminat	sangat berminat	Total
KONFORMIT AS	sangat buruk	Count	6	5	0	0	0	11
		% within KONFORMITAS	54,5%	45,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	buruk	Count	6	23	6	3	2	40
		% within KONFORMITAS	15,0%	57,5%	15,0%	7,5%	5,0%	100,0%
	cukup buruk	Count	0	1	5	17	6	29
		% within KONFORMITAS	0,0%	3,4%	17,2%	58,6%	20,7%	100,0%
	baik	Count	0	0	0	3	2	5
		% within KONFORMITAS	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	40,0%	100,0%
	sangat baik	Count	0	0	0	2	13	15
		% within KONFORMITAS	0,0%	0,0%	0,0%	13,3%	86,7%	100,0%
	Total	Count	12	29	11	25	23	100
		% within KONFORMITAS	12,0%	29,0%	11,0%	25,0%	23,0%	100,0%

Lampiran 11

Uji Validitas Fanatisme (X1)

		Correlations															
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.758**	.634**	.690**	.719**	.621**	.519**	.695**	.551**	.680**	.765**	.518**	.578**	.606**	.662**	.875**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001	.002	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.758**	1	.531**	.714**	.678**	.641**	.582**	.447*	.597**	.619**	.676**	.486**	.630**	.296	.579**	.795**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.003	<.001	<.001	<.001	<.001	.013	<.001	<.001	<.001	.007	<.001	.112	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.634**	.531**	1	.639**	.741**	.568**	.429*	.595**	.535**	.532**	.727**	.602**	.542**	.367*	.613**	.774**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003		<.001	<.001	.001	.018	<.001	.002	.002	<.001	<.001	.002	.046	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.690**	.714**	.639**	1	.790**	.766**	.579**	.428*	.675**	.635**	.659**	.734**	.427*	.310	.690**	.834**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.018	<.001	<.001	<.001	<.001	.019	.096	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.719**	.678**	.741**	.790**	1	.626**	.640**	.465**	.475**	.762**	.750**	.535**	.530**	.273	.738**	.828**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.010	.008	<.001	<.001	.002	.003	.144	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.621**	.641**	.568**	.766**	.626**	1	.621**	.471**	.778**	.481**	.704**	.770**	.450*	.252	.605**	.802**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.001	<.001	<.001		<.001	.009	<.001	.007	<.001	<.001	.013	.178	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.519**	.582**	.429*	.579**	.640**	.621**	1	.447*	.523**	.588**	.559**	.399*	.616**	.293	.543**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001	.018	<.001	<.001	<.001		.013	.003	<.001	.001	.029	<.001	.117	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.695**	.447*	.595**	.428*	.465**	.471**	.447*	1	.458*	.477**	.547**	.486**	.623**	.621**	.561**	.743**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.013	<.001	.018	.010	.009	.013		.011	.008	.002	.006	<.001	<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.551**	.597**	.535**	.675**	.475**	.778**	.523**	.458*	1	.437*	.619**	.646**	.449*	.245	.598**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.002	<.001	.008	<.001	.003	.011		.016	<.001	<.001	.013	.192	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.680**	.619**	.532**	.635**	.762**	.481**	.588**	.477**	.437*	1	.664**	.456*	.614**	.228	.745**	.762**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	.007	<.001	.008	.016		<.001	.011	<.001	.226	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	.765**	.676**	.727**	.659**	.750**	.704**	.559**	.547**	.619**	.664**	1	.605**	.526**	.384*	.641**	.842**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	.002	<.001	<.001		<.001	.003	.036	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	.518**	.486**	.602**	.734**	.535**	.770**	.399*	.496**	.646**	.456*	.605**	1	.309	.312	.642**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.003	.007	<.001	<.001	.002	<.001	.029	.006	<.001	.011	<.001		.097	.093	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.13	Pearson Correlation	.578**	.630**	.542**	.427*	.530**	.450*	.616**	.623**	.449*	.614**	.526**	.309	1	.391*	.605**	.722**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.002	.019	.003	.013	<.001	<.001	.013	<.001	.003	.097		.033	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.14	Pearson Correlation	.606**	.296	.367*	.310	.273	.252	.293	.621**	.245	.228	.384*	.312	.391*	1	.331	.551**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.112	.046	.096	.144	.178	.117	<.001	.192	.226	.036	.093	.033		.074	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.15	Pearson Correlation	.662**	.579**	.613**	.690**	.738**	.605**	.543**	.561**	.598**	.745**	.641**	.642**	.605**	.331	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.074		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.875**	.795**	.774**	.834**	.828**	.802**	.724**	.743**	.735**	.762**	.842**	.728**	.722**	.551**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Konformitas (X2)

		Correlations																	
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.814**	.322	.555**	.618**	.405*	.424*	.626**	.752**	.421*	.555**	.379*	.385*	.501**	.506**	.396*	.541**	.788**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.083	.001	<.001	.026	.020	<.001	<.001	.020	.001	.039	.036	.005	.004	.030	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.814**	1	.372*	.471**	.604**	.363*	.440*	.633**	.734**	.395*	.591**	.273	.596**	.475**	.427*	.445*	.520**	.792**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.043	.009	<.001	.049	.015	<.001	<.001	.031	<.001	.144	<.001	.008	.019	.014	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.322	.372*	1	.258	.410*	.412*	.580**	.337	.516**	.597**	.308	.352	.496**	.612**	.501**	.450*	.333	.686**
	Sig. (2-tailed)	.083	.043		.169	.025	.024	<.001	.099	.004	<.001	.098	.056	.005	<.001	.005	.013	.073	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.555**	.471**	.258	1	.502**	.339	.310	.503**	.368*	.293	.407*	.564**	.483**	.100	.085	.427*	.241	.594**
	Sig. (2-tailed)	.001	.009	.169		.005	.067	.096	.005	.046	.116	.026	.001	.007	.599	.654	.019	.199	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.618**	.604**	.410*	.502**	1	.490**	.363*	.585**	.721**	.528**	.398*	.368*	.259	.493**	.429*	.192	.462*	.725**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.025	.005		.006	.048	<.001	<.001	.003	.029	.046	.166	.006	.018	.310	.010	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.405*	.363*	.412*	.339	.490**	1	.247	.525**	.448*	.280	.123	.421*	.291	.464**	.416*	.174	.314	.579**
	Sig. (2-tailed)	.026	.049	.024	.067	.006		.187	.003	.013	.135	.516	.020	.118	.010	.022	.357	.091	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.424*	.440*	.580**	.310	.363*	.247	1	.357	.456*	.495**	.285	.273	.552**	.531**	.256	.332	.390*	.644**
	Sig. (2-tailed)	.020	.015	<.001	.096	.048	.187		.053	.011	.005	.127	.144	.002	.003	.172	.073	.033	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.626**	.633**	.337	.503**	.585**	.525**	.357	1	.564**	.423*	.349	.485**	.473**	.486**	.364*	.189	.530**	.733**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.069	.005	<.001	.003	.053		.001	.020	.059	.007	.008	.007	.048	.317	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.752**	.734**	.516**	.368*	.721**	.448*	.456*	.564**	1	.407*	.608**	.294	.282	.621**	.632**	.379*	.582**	.805**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.004	.046	<.001	.013	.011	.001		.025	<.001	.114	.131	<.001	<.001	.039	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.421*	.395*	.597**	.293	.528**	.280	.495**	.423*	.407*	1	.284	.506**	.431*	.600**	.608**	.494**	.356	.694**
	Sig. (2-tailed)	.020	.031	<.001	.116	.003	.135	.005	.020	.025		.129	.004	.017	<.001	<.001	.006	.054	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.11	Pearson Correlation	.555**	.591**	.308	.407*	.398*	.123	.285	.349	.608**	.284	1	.410*	.137	.443*	.484**	.378*	.449*	.608**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	.098	.026	.029	.516	.127	.059	<.001	.129		.025	.471	.014	.007	.039	.013	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	.379*	.273	.352	.564**	.368*	.421*	.273	.485**	.294	.506**	.410*	1	.166	.324	.343	.433*	.509**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.039	.144	.056	.001	.046	.020	.144	.007	.114	.004	.025		.380	.081	.064	.017	.004	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.13	Pearson Correlation	.385*	.596**	.496**	.483**	.259	.291	.552**	.473**	.282	.431*	.137	.166	1	.386*	.236	.517**	.243	.616**
	Sig. (2-tailed)	.036	<.001	.005	.007	.166	.118	.002	.008	.131	.017	.471	.380		.035	.209	.003	.196	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.14	Pearson Correlation	.501**	.475**	.612**	.100	.493**	.464**	.531**	.486**	.621**	.600**	.443*	.324	.386*	1	.825**	.426*	.545**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.005	.008	<.001	.599	.006	.010	.003	.007	<.001	<.001	.014	.081	.035		<.001	.019	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.15	Pearson Correlation	.506**	.427*	.501**	.085	.429*	.416*	.256	.364*	.632**	.608**	.484**	.343	.236	.825**	1	.469**	.538**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.004	.019	.005	.654	.018	.022	.172	.048	<.001	<.001	.007	.064	.209	<.001		.009	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.16	Pearson Correlation	.396*	.445*	.450*	.427*	.192	.174	.332	.189	.379*	.494**	.378*	.433*	.517**	.426*	.469**	1	.508**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.030	.014	.013	.019	.310	.357	.073	.317	.039	.006	.039	.017	.003	.019	.009		.004	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.17	Pearson Correlation	.541**	.520**	.333	.241	.462*	.314	.390*	.530**	.582**	.356	.449*	.509**	.243	.545**	.538**	.508**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.073	.199	.010	.091	.033	.003	<.001	.054	.013	.004	.196	.002	.002	.004		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.788**	.792**	.686**	.594**	.725**	.579**	.644**	.733**	.805**	.694**	.608**	.595**	.616**	.760**	.688**	.610**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Budaya *Fandom* (Y)

		Correlations																	
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.789**	.675**	.744**	.703**	.724**	.737**	.726**	.796**	.522**	.795**	.306	.487**	.706**	.588**	.592**	.631**	.865**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001	.100	.006	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.789**	1	.849**	.836**	.748**	.711**	.689**	.574**	.625**	.481**	.582**	.418	.639**	.509**	.518**	.476**	.455*	.821**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.007	<.001	.021	<.001	.004	.003	.008	.011	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.675**	.849**	1	.848**	.584**	.690**	.608**	.592**	.568**	.550**	.601**	.339	.627**	.498**	.440*	.455*	.298	.772**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	.002	<.001	.067	<.001	.005	.015	.012	.110	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.744**	.836**	.848**	1	.680**	.772**	.724**	.552**	.620**	.536**	.618**	.492**	.604**	.522**	.462*	.547**	.532**	.839**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.002	<.001	.002	<.001	.006	<.001	.003	.010	.002	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.703**	.748**	.584**	.680**	1	.608**	.800**	.459*	.709**	.234	.496**	.348	.615**	.518**	.598**	.449*	.583**	.759**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.011	<.001	.214	.005	.059	<.001	.003	<.001	.013	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.724**	.711**	.690**	.772**	.608**	1	.741**	.758**	.779**	.603**	.727**	.257	.611**	.768**	.698**	.752**	.587**	.885**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.170	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.737**	.689**	.608**	.724**	.800**	.741**	1	.568**	.636**	.208	.602**	.301	.518**	.588**	.516**	.507**	.530**	.767**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		.001	<.001	.271	<.001	.106	.003	<.001	.003	.004	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.726**	.574**	.592**	.552**	.459*	.758**	.568**	1	.861**	.594**	.866**	.174	.584**	.923**	.724**	.708**	.674**	.851**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.002	.011	<.001	.001		<.001	<.001	<.001	.359	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	.796**	.625**	.568**	.620**	.709**	.779**	.636**	.861**	1	.578**	.851**	.233	.655**	.900**	.816**	.723**	.779**	.911**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.215	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.10	Pearson Correlation	.522**	.481**	.550**	.536**	.234	.603**	.208	.594**	.578**	1	.510**	.047	.349	.517**	.530**	.479**	.513**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.003	.007	.002	.002	.214	<.001	.271	<.001	<.001		.004	.806	.058	.003	.003	.007	.004	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.11	Pearson Correlation	.795**	.582**	.601**	.618**	.496**	.727**	.602**	.866**	.851**	.510**	1	.303	.566**	.912**	.676**	.726**	.655**	.862**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.005	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		.104	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.12	Pearson Correlation	.306	.418*	.339	.492**	.348	.257	.301	.174	.233	.047	.303	1	.601**	.181	.145	.197	.133	.414*
	Sig. (2-tailed)	.100	.021	.067	.006	.059	.170	.106	.359	.215	.806	.104		<.001	.339	.445	.298	.485	.023
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.13	Pearson Correlation	.487**	.639**	.627**	.604**	.615**	.611**	.518**	.584**	.655**	.349	.566**	.601**	1	.641**	.588**	.510**	.471**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.006	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	.058	.001	<.001		<.001	<.001	.004	.009	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.14	Pearson Correlation	.706**	.509**	.498**	.522**	.518**	.768**	.588**	.923**	.900**	.517**	.912**	.181	.641**	1	.811**	.779**	.714**	.860**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	.005	.003	.003	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001	.339	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.15	Pearson Correlation	.588**	.518**	.440*	.462*	.598**	.698**	.516**	.724**	.816**	.530**	.676**	.145	.588**	.811**	1	.834**	.615**	.792**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	.015	.010	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	.003	<.001	.445	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.16	Pearson Correlation	.592**	.476**	.455*	.547**	.449*	.752**	.507**	.708**	.723**	.479**	.726**	.197	.510**	.779**	.834**	1	.573**	.774**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.008	.012	.002	.013	<.001	.004	<.001	<.001	.007	<.001	.298	.004	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.17	Pearson Correlation	.631**	.455*	.298	.532**	.583**	.587**	.530**	.674**	.779**	.513**	.655**	.133	.471**	.714**	.615**	.573**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.011	.110	.002	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	.004	<.001	.485	.009	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.865**	.821**	.772**	.839**	.759**	.885**	.767**	.851**	.911**	.631**	.862**	.414*	.756**	.860**	.792**	.774**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.023	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 12

Uji Reliabilitas Fanatisme (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	16

Uji Reliabilitas Konformitas (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	18

Uji Reliabilitas Budaya *Fandom* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	18

Lampiran 13

Uji Normalitas Kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Statistic	df	Sig.
Normal Q-Q Plot ^a	99	.200(0)
Normal Probability Plot ^b	99	.442(0)
Shapiro-Wilk Statistic ^c	99	.000(0)
Lilliefors Statistic ^d	99	.000(0)
Anderson-Darling Statistic ^e	99	.000(0)
Kolmogorov-Smirnov Statistic ^f	99	.000(0)

a. Test distribution is Normal.
 b. Lilliefors test only.
 c. Lilliefors Statistic is based on the Kolmogorov-Smirnov Statistic.
 d. Anderson-Darling Statistic is based on the Kolmogorov-Smirnov Statistic.
 e. Anderson-Darling Statistic is based on the Kolmogorov-Smirnov Statistic.
 f. Kolmogorov-Smirnov Statistic is based on the Kolmogorov-Smirnov Statistic.

Uji Linieritas Fanatisme (X1) terhadap Budaya *Fandom* (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	35474.217	36	985.395	22.118	<,001
		Linearity	32557.660	1	32557.660	730.777	<,001
		Deviation from Linearity	2916.557	35	83.330	1.870	.015
	Within Groups		2806.783	63	44.552		
	Total		38281.000	99			

Uji Linieritas Konformitas (X2) terhadap Budaya *Fandom* (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	35474.217	36	985.395	22.118	<,001
		Linearity	32557.660	1	32557.660	730.777	<,001
		Deviation from Linearity	2916.557	35	83.330	1.870	.015
	Within Groups		2806.783	63	44.552		
	Total		38281.000	99			

Uji Heterokedasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	Delta		
1	(Constant)	3.334	2.302			1.448	.151
	X1	.917	.088	.776		10.473	<.001
	X2	-.203	.088	-.171		-2.302	.023

a. Dependent Variable: Y

Uji Korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Change in R	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.917	.841	.838		104.653	2	97	<.001

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Uji t dan Uji Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	Delta		
1	(Constant)	3.334	2.302			1.448	.151
	X1	.917	.088	.776		10.473	<.001
	X2	-.203	.088	-.171		-2.302	.023

a. Dependent Variable: Y

Uji f

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	3264.398	2	1632.199	263.623	<.001 ^b
	Residual	626.706	97	6.461		
	Total	3891.105	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Lampiran 14

Jawaban Responden Fanatisme (X1)

1	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1
2	4	4	3	2	4	1	4	4	1	5	3	2	5	2	4	48
3	4	3	4	3	4	3	2	1	3	4	3	3	3	1	3	44
4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	38
5	5	5	3	5	4	3	4	2	3	4	4	4	3	5	3	57
6	4	4	3	4	5	2	2	1	3	4	4	3	2	1	4	46
7	3	3	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	3	3	4	51
8	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	57
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
10	2	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
11	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	37
12	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	53
13	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	53
14	5	3	4	3	4	3	3	5	3	4	4	3	3	4	4	55
15	3	2	3	1	1	1	1	4	3	1	3	3	3	4	2	35
16	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	1	3	51
17	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	1	4	67
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
19	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	3	4	52
20	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	1	4	62
21	5	3	5	5	5	3	2	5	2	3	3	5	3	5	4	58
22	2	1	3	2	3	1	1	1	2	4	3	3	3	1	3	33
23	3	4	4	3	4	2	2	1	3	3	3	2	3	1	3	41
24	4	3	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	5	4	63
25	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	1	4	60
26	2	2	3	3	4	3	5	1	2	3	3	3	3	1	3	41
27	5	3	4	3	5	3	3	5	3	4	5	3	3	5	4	58
28	5	4	5	4	5	3	3	4	3	4	5	3	5	5	3	61
29	5	4	5	4	5	3	5	4	3	5	5	3	5	5	4	65
30	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	3	65
31	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	69
32	4	4	5	5	5	4	5	1	2	4	5	2	2	1	4	53
33	4	3	3	4	5	3	4	2	3	4	4	4	3	2	3	51
34	4	5	3	4	4	4	3	1	4	3	4	3	1	1	2	46
35	5	4	4	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4	2	4	61
36	5	4	4	5	5	4	5	2	5	4	5	4	4	1	4	61
37	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	67
38	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	1	2	52
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	3	67
40	5	4	5	4	5	5	4	2	4	5	4	4	4	3	5	63
41	4	4	5	4	4	4	5	2	3	5	5	5	4	3	4	61
42	5	5	5	5	5	5	2	1	5	4	5	5	4	1	5	62
43	5	4	5	3	4	4	4	1	3	4	3	3	3	1	4	51
44	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	3	3	2	4	61
45	3	3	3	3	4	1	1	1	2	2	1	3	1	1	3	32
46	1	1	3	3	3	3	1	3	1	3	5	1	3	1	3	35
47	2	2	3	2	4	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	28
48	5	3	4	4	5	3	3	2	4	2	4	4	3	1	5	52
49	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	1	4	63
50	3	2	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	28

51	3	1	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	3	1	2	30
52	3	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	2	3	1	1	29
53	2	3	3	3	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	28
54	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	30
55	3	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	1	30
56	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	30
57	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	26
58	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	3	2	1	2	25
59	1	3	2	2	1	2	1	2	3	3	2	1	2	1	1	27
60	3	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	36
61	2	1	3	2	2	1	3	2	3	3	1	2	1	2	2	30
62	2	1	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	37
63	4	3	2	2	3	4	3	2	2	4	3	3	2	2	3	42
64	2	1	2	2	1	3	2	3	1	2	1	2	3	1	2	28
65	2	1	3	1	2	2	1	3	2	1	2	1	1	2	1	25
66	1	3	1	2	2	1	3	2	1	2	2	3	1	2	1	27
67	2	1	1	3	3	2	1	2	2	3	3	2	1	1	2	29
68	2	1	1	3	3	2	1	2	2	2	3	3	2	1	3	31
69	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	68
70	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	68
71	2	2	1	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	3	27
72	2	2	1	1	3	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	25
73	1	2	2	1	3	1	2	2	1	3	2	2	1	2	1	26
74	1	2	1	1	2	1	3	1	2	2	1	3	1	2	2	25
75	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	68
74	1	2	1	1	2	1	3	1	2	2	1	3	1	2	2	25
75	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	68
76	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	68
77	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	69
78	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	68
79	2	1	3	3	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	3	30
80	3	1	1	2	2	1	3	2	2	1	2	2	1	3	2	28
81	1	2	2	1	2	2	3	1	1	2	1	1	2	3	1	25
82	2	1	1	2	3	1	1	2	2	1	2	3	2	1	2	26
83	2	2	2	1	3	1	2	2	2	1	3	3	2	1	3	30
84	2	3	1	2	3	3	1	2	3	1	1	3	1	1	2	29
85	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	71
86	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	68
87	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	67
88	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	67
89	2	3	2	2	1	1	2	3	3	2	1	2	2	1	2	29
90	3	2	2	1	1	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	27
91	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	38
92	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	36
93	3	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	3	1	1	2	25
94	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	22
95	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	70
96	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	70
97	3	2	1	2	3	3	1	2	2	1	2	3	1	2	2	30
98	2	1	3	2	2	1	3	2	2	1	3	3	2	1	2	30
99	2	1	3	2	2	3	1	1	3	2	2	3	1	2	2	30
100	2	2	1	3	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	3	29
101	2	1	1	2	3	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	27

Jawaban Responden Konformitas (X2)

2	4	4	3	5	3	2	1	3	4	4	5	5	3	2	4	5	5	62
3	2	1	3	3	2	1	3	1	2	3	4	4	2	3	3	4	3	44
4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	46	
5	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	1	1	3	48	
6	3	2	3	3	2	4	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	49	
7	3	3	3	2	3	4	2	2	4	2	3	3	2	3	4	3	50	
8	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2	4	57	
9	1	1	3	3	1	3	1	1	1	1	2	3	4	1	1	3	31	
10	4	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	50	
11	3	3	2	3	2	2	1	3	3	2	3	2	4	2	2	4	43	
12	3	2	4	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	53	
13	3	3	5	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	56	
14	3	2	5	3	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	53	
15	3	3	5	1	3	2	4	1	4	4	4	2	3	4	4	4	55	
16	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	4	44	
17	4	3	5	5	3	3	5	2	4	2	4	4	3	2	1	4	58	
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85	
19	4	3	4	3	2	4	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	54	
20	3	2	4	3	2	1	3	1	2	4	3	3	3	3	3	4	45	
21	2	1	2	1	1	2	3	1	1	3	1	3	3	1	1	4	33	
22	2	1	1	3	1	2	3	1	1	2	3	3	2	1	1	2	30	
23	2	1	2	1	2	2	2	1	3	2	3	4	1	3	3	4	40	
24	2	1	4	4	4	4	4	1	1	2	4	2	4	2	2	4	45	
25	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	2	5	5	4	4	4	71	
26	3	1	3	2	3	3	1	3	2	3	3	4	1	2	3	2	42	
27	3	2	2	3	2	3	1	3	2	3	3	4	2	3	3	4	47	
28	3	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49	
29	4	4	3	5	3	3	3	2	3	3	3	5	2	3	5	3	57	
30	4	2	1	4	3	3	1	2	3	1	3	3	1	2	2	3	41	
31	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	80	
32	4	2	1	4	4	4	3	4	5	2	4	4	4	4	5	5	60	
33	3	2	3	1	4	3	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	46	
34	4	4	2	2	3	3	2	4	3	1	3	4	3	3	2	4	49	
35	4	2	1	2	4	2	3	1	5	3	2	4	2	3	2	4	46	
36	5	4	4	2	2	2	4	2	4	5	4	4	2	2	2	4	57	
37	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	75	
38	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	45	
39	5	3	2	5	5	2	4	5	4	4	5	5	1	5	4	4	68	
40	3	3	1	3	5	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	4	52	
41	4	3	3	1	2	3	3	4	3	3	4	3	5	4	3	4	56	
42	4	1	1	2	1	3	1	1	1	3	1	3	4	2	1	5	37	
43	4	2	2	3	5	2	3	3	4	3	4	4	5	3	3	3	55	
44	3	3	2	2	1	1	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4	40	
45	2	2	3	3	1	3	4	1	1	1	1	3	3	1	1	5	40	
46	1	1	3	1	3	3	3	1	1	5	3	3	3	3	5	5	47	
47	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	44	
48	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	5	5	4	3	3	4	59	
49	4	4	1	3	4	2	3	3	3	3	4	4	1	4	3	5	54	
50	3	2	2	2	2	1	1	3	2	1	2	2	1	1	1	3	31	
51	3	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	2	1	3	2	3	34	
52	1	3	2	3	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	2	3	34	
53	2	3	2	2	1	3	2	2	1	3	2	2	1	2	3	1	34	
54	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	33	
55	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	35	
56	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	33	
57	2	2	3	2	2	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	34	
58	1	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	2	1	2	2	1	32	
59	2	2	1	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	1	3	2	31	
60	3	2	1	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	41	
61	3	2	3	1	2	2	1	2	2	3	1	2	1	1	3	2	34	
62	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	45	
63	4	3	2	3	4	3	2	3	3	4	3	2	4	4	3	2	52	
64	2	3	2	3	1	2	1	3	3	2	3	1	1	2	1	2	33	
65	2	1	3	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	1	1	2	28	
66	3	1	2	1	2	2	1	3	1	2	1	1	2	1	2	2	28	
67	2	1	1	2	3	2	2	3	2	1	1	2	2	3	2	3	34	
68	3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	1	1	1	2	2	33	
69	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	78	
70	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	77	
71	2	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	3	2	31	
72	2	1	2	2	2	1	3	2	3	1	1	2	1	2	2	1	29	
73	2	1	2	2	1	3	1	1	2	1	2	2	1	3	1	2	29	
74	1	2	2	1	3	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	27	
75	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	77	

74	1	2	2	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	27
75	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	77
76	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	76
77	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	76
78	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	78
79	3	2	2	1	3	1	2	2	3	2	2	1	3	2	2	1	35
80	1	2	1	1	2	1	3	2	2	1	3	3	1	2	2	1	31
81	1	2	2	3	1	2	2	1	2	2	1	1	2	3	1	1	29
82	2	3	1	1	2	1	1	2	3	1	1	2	2	3	1	2	31
83	1	2	2	1	3	3	2	3	1	2	3	3	1	3	3	2	37
84	2	1	3	3	1	2	2	3	1	2	1	3	3	2	3	1	36
85	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	77
86	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	79
87	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	78
88	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	77
89	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	29
90	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	1	29
91	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	42
92	2	3	1	2	3	2	3	2	3	2	1	3	2	3	2	3	39
93	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	24
94	1	3	1	2	2	1	3	2	1	1	3	2	3	2	2	1	32
95	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	81
96	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	80
97	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	2	1	2	3	2	1	33
98	2	1	3	2	1	3	2	2	1	2	3	2	3	1	3	1	34
99	1	2	1	2	2	2	1	3	2	3	3	1	2	2	1	2	32
100	1	1	2	3	1	2	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	31
101	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3	29

Jawaban Responden Budaya Fandom (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y		
4	4	5	5	4	2	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	2	71
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	67
4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	5	3	3	5	3	3	4	4	64
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	5	4	2	2	5	5	63
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	81
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	78
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	47
4	4	2	4	5	4	5	3	4	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	65
3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	57
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	68
3	4	4	4	3	3	4	1	1	2	1	4	3	1	1	1	1	1	1	41
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	56
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	5	79
4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	2	2	2	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	1	4	4	4	3	4	4	55
3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	2	2	2	43
4	2	2	2	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	4	5	4	4	79
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	80
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	58
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	67
4	4	4	3	5	4	5	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	64
5	3	3	4	3	5	5	5	5	4	5	2	3	5	4	4	4	5	4	70
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	75
5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	71
5	5	4	4	5	4	5	5	5	2	5	2	5	4	4	4	2	5	5	71
4	3	4	3	5	5	4	4	4	3	4	1	5	4	3	4	3	4	3	63
4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	68
5	4	4	4	5	5	4	4	4	2	5	3	5	5	4	4	4	5	4	72
5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	1	4	5	4	4	4	4	5	73
5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	76
4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	3	5	4	3	72
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	84
5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	78
5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	5	1	2	4	4	4	3	4	4	68
3	3	3	3	5	5	3	5	4	1	4	1	5	5	5	5	5	5	5	65
4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	72
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	3	4	4	75
2	2	2	2	2	3	2	3	4	5	3	3	3	3	3	2	1	4	4	46
5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	1	3	3	3	3	3	3	3	67
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	62
3	3	3	3	5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	5	3	4	4	4	68
4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5	4	5	4	72
2	2	1	3	2	1	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	31
34	3	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	34
34	1	3	2	3	1	2	1	3	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	34
34	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	28
33	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	33
35	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	26
33	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	33
34	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	2	32
32	1	3	3	3	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	31
31	1	3	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	2	32
41	2	1	3	3	2	3	3	3	2	2	1	3	3	3	2	3	2	4	41
34	2	1	3	2	2	1	2	1	1	3	2	3	2	3	3	1	2	2	34
45	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	45
52	4	4	4	3	2	2	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	50
33	1	3	2	2	1	3	2	3	1	2	2	1	3	2	1	2	1	2	32
28	1	2	1	3	1	2	1	1	3	1	2	1	2	2	1	2	1	2	27
28	2	1	2	2	3	1	2	1	1	2	1	3	1	2	2	1	2	1	29
34	3	1	2	3	3	3	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	34
33	3	2	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	33
78	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	76
77	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	77
31	3	2	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	31
29	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	3	3	41
29	1	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	3	2	1	2	28
27	1	3	1	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	29
77	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	78

1	3	1	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	2	2	1	29
5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	78
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	76
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	79
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	80
2	2	2	2	1	3	1	2	2	1	3	2	2	1	2	1	3	32
2	2	1	1	3	2	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	1	30
1	1	2	2	3	1	2	2	1	3	2	2	3	1	1	2	1	30
2	1	2	3	2	1	3	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	29
1	2	1	3	2	3	1	2	3	1	2	2	3	1	3	2	3	35
1	2	2	1	3	2	1	1	3	2	1	3	1	2	2	2	3	32
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	76
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	79
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	76
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	72
2	2	1	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	3	31
2	2	1	1	3	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	31
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	1	3	2	3	2	41
2	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	41
3	1	2	3	2	1	1	2	3	1	2	1	2	1	1	3	1	30
1	2	1	1	2	1	3	1	2	1	3	2	1	1	2	1	1	26
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	82
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	81
3	3	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	2	2	34
3	2	2	1	3	2	2	3	2	1	3	2	3	2	2	1	3	37
3	3	1	2	3	2	2	3	3	2	1	2	2	1	2	3	2	37
2	1	3	2	2	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	32
2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	33

Lampiran 15

Tabel r

DISTRIBUSI NILAI t_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Tabel t

20	1.725	2.086	72	1.666	1.993	124	1.657	1.979	176	1.654	1.974
21	1.721	2.080	73	1.666	1.993	125	1.657	1.979	177	1.654	1.973
22	1.717	2.074	74	1.666	1.993	126	1.657	1.979	178	1.653	1.973
23	1.714	2.069	75	1.665	1.992	127	1.657	1.979	179	1.653	1.973
24	1.711	2.064	76	1.665	1.992	128	1.657	1.979	180	1.653	1.973
25	1.708	2.060	77	1.665	1.991	129	1.657	1.979	181	1.653	1.973
26	1.706	2.056	78	1.665	1.991	130	1.657	1.978	182	1.653	1.973
27	1.703	2.052	79	1.664	1.990	131	1.657	1.978	183	1.654	1.973
28	1.701	2.048	80	1.664	1.990	132	1.656	1.978	184	1.653	1.973
29	1.699	2.045	81	1.664	1.990	133	1.656	1.978	185	1.653	1.973
30	1.697	2.042	82	1.664	1.989	134	1.656	1.978	186	1.653	1.973
31	1.696	2.040	83	1.663	1.989	135	1.656	1.978	187	1.653	1.973
32	1.694	2.037	84	1.663	1.989	136	1.656	1.978	188	1.653	1.973
33	1.692	2.035	85	1.663	1.988	137	1.656	1.977	189	1.654	1.973
34	1.691	2.032	86	1.663	1.988	138	1.656	1.977	190	1.653	1.973
35	1.690	2.030	87	1.663	1.988	139	1.656	1.977	191	1.653	1.972
36	1.688	2.028	88	1.662	1.987	140	1.656	1.977	192	1.653	1.972
37	1.687	2.026	89	1.662	1.987	141	1.656	1.977	193	1.653	1.972
38	1.686	2.024	90	1.662	1.987	142	1.656	1.977	194	1.653	1.972
39	1.685	2.023	91	1.662	1.986	143	1.656	1.977	195	1.654	1.972
40	1.684	2.021	92	1.662	1.986	144	1.656	1.977	196	1.653	1.972
41	1.683	2.020	93	1.661	1.986	145	1.655	1.976	197	1.653	1.972
42	1.682	2.018	94	1.661	1.986	146	1.655	1.976	198	1.653	1.972
43	1.681	2.017	95	1.661	1.985	147	1.655	1.976	199	1.653	1.972
44	1.680	2.015	96	1.661	1.985	148	1.655	1.976	200	1.653	1.972
45	1.679	2.014	97	1.661	1.985	149	1.655	1.976			
46	1.679	2.014	98	1.661	1.984	150	1.655	1.976			
47	1.678	2.013	99	1.660	1.984	151	1.655	1.976			
48	1.677	2.012	100	1.660	1.984	152	1.655	1.976			
49	1.677	2.011	101	1.660	1.984	153	1.655	1.976			
50	1.676	2.010	102	1.660	1.983	154	1.655	1.975			
51	1.675	2.008	103	1.660	1.983	155	1.655	1.975			
52	1.675	2.007	104	1.660	1.983	156	1.655	1.975			

Tabel f

70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032