

**PENGARUH TERPAAN *VARIETY SHOW RUN* BTS PADA APLIKASI
VLIVE TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI PENGGEMAR BTS
(SURVEI PADA PENGGEMAR BTS INDONESIA)**

VICKY ADISTRIA

ABSTRAK

Kehadiran media baru dapat digunakan oleh berbagai kebutuhan, seperti menonton program yang disukai. Namun, terkadang dengan diterpa suatu pesan di media dapat menimbulkan efek negatif seperti mengabaikan orang sekitar karena terlalu fokus dengan hal yang kita tonton sehingga menimbulkan perilaku komunikasi yang tidak baik. Penelitian ini berfokus pada apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh terpaan *variety show run* BTS pada aplikasi Vlive terhadap perilaku komunikasi penggemar BTS. Peneliti menggunakan metode survei untuk menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yakni penggemar BTS Indonesia. Teori perbedaan individu digunakan yang melihat ketika khalayak diterpa pesan di media akan menimbulkan suatu efek berupa perilaku. Pada analisis data, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas, uji korelasi, uji regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang cukup antara terpaan *variety show run* BTS dan perilaku komunikasi penggemar BTS dengan nilai korelasi sebesar 0,522. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh terpaan *variety show run* BTS pada aplikasi Vlive terhadap perilaku komunikasi penggemar BTS ialah sebesar 27,2% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil ini juga diperkuat oleh uji hipotesis yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan pada terpaan *variety show run* BTS pada aplikasi Vlive terhadap perilaku komunikasi penggemar BTS, berupa positif karena menimbulkan interaksi dengan penggemar lainnya, menambah pengetahuan budaya Korea Selatan, dan merasa terhibur. Peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat menyelidiki lebih dalam faktor lain yang mampu mempengaruhi perilaku komunikasi akibat menonton suatu tayangan pada media baru.

Kata kunci : Media Baru, Perilaku Komunikasi, Terpaan Media, Teori Perbedaan Individu, *Variety Show Run* BTS

**THE EFFECT OF EXPOSURE TO THE RUN BTS VARIETY SHOW ON
THE VLIVE APPLICATION ON THE COMMUNICATION BEHAVIOR OF
BTS FANS (A SURVEI OF INDONESIAN BTS FANS)**

ABSTRACT

The presence of new media can be used by various needs, such as watching a preferred program. However, sometimes the use of media can have negative effects such as ignoring people around us because they are too focused on what we are watching, causing bad communication behavior. This study focuses on whether there is an influence and how much influence the exposure to the Run BTS variety show on the Vlive application has on the communication behavior of BTS fans. Researchers used the survey method to distribute questionnaires to 100 respondents, namely Indonesia BTS fans. The theory of individual differences is used which sees that when the audience is exposed to messages in the media, it will cause an effect in the form of behavior. In data analysis, the researcher conducted validity and reliability tests, correlation tests, simple linear regression tests, coefficient of determination, and hypothesis testing. The results showed that there was a fairly relationship between exposure to variety show run BTS and communication behavior of BTS fans with a correlation value of 0.522. The results of the coefficient of determination show that the effect of exposure to the variety show run BTS on the Vlive application on the communication behavior of BTS fans is 27.2% and the rest is influenced by other factors. This result is also strengthened by the hypothesis test which states that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that there is a significant influence on the exposure of variety show run BTS on the Vlive application to the communication behavior of BTS's fans, in the form of positive because it causes interaction with other fans, increasing knowledge of Korean culture, relax and feel entertained. Researchers hope that further research can investigate more deeply other factors that can influence communication behavior due to watching a show on new media.

Keywords : *Communication Behaviour, Individual Differences Theory, Media Exposure, New Media, Variety Show Run BTS*