

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**Pengelolaan *Anxiety & Uncertainty* Komunikasi Bermedia *Followers*
Akun SM_NCT**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau**



DEVI WANDANI

NPM : 179110071
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : HUMAS

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2021

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : DEVI WANDANI
NPM : 179110071
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal seminar : 18 Agustus 2021
Judul Penelitian : Pengelolaan *Anxiety & Uncertainty* Komunikasi Bermedia
Followers Akun SM_NCT.

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 14 Juli 2021



Menyetujui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Eka Fitri Qurnawati, M.I.Kom

Pembimbing

Dr. Muhd. AR Imam Riau, M.I.Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

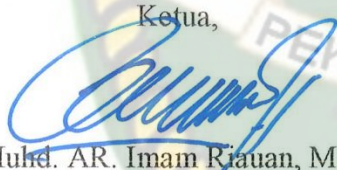
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Devi Wandani
NPM : 179110071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Hari/Tanggal Seminar : Rabu/18 Agustus 2021
Judul Penelitian : “Pengelolaan *Anxiety & Uncertainty* Komunikasi
Bermedia *Followers* Akun SM_NCT”

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan –ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Konferehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

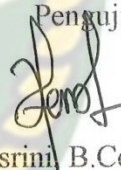
Pekanbaru, 02 September 2021
Tim Seminar

Ketua,



Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M.I.Kom

Penguji



Tessa Shasrini, B.Comm, M.HrD

Mengetahui,
Wakil Dekan I



Cutra Aslinda, M.I.Kom

Penguji






Dyah Pithaloka, M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI


BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 1209/UIR-Fikom/Kpts/2021 Tanggal 04 Agustus 2021 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Rabu**, Tanggal **18 Agustus 2021** Jam : **14.00-15.00 WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswi atas :

Nama : **Devi Wandani**
NPM : 179110071
Bidang Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : "Pengelolaan *Anxiety & Uncertainty* Komunikasi Bermedia *Followers* Akun SM_NCT"
Nilai Ujian : Angka : "78,2" ; Huruf : B+
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / Tidak Lulus / Ditunda
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom	Ketua	
2.	Tessa Shasrini, B.Comm, M.HrD	Penguji	
3.	Dyah Pithaloka, M.Si	Penguji	

Pekanbaru, 18 Agustus 2021
Dekan


Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom
NPK : 150802514

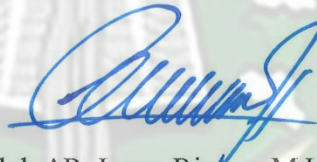
Pengelolaan *Anxiety & Uncertainty* Komunikasi Bermedia *Followers Akun*
SM_NCT

Yang diajukan oleh :
DEVI WANDANI
179110071

Pada tanggal :
18 Agustus 2021

Mengesahkan

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom

Tim Penguji,

Tanda Tangan,

Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom



Tessa Shasrini, B.Comm, M.HrD



Dyah Pithaloka, M.Si



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEVI WANDANI
Tempat/Tanggal Lahir : Muara Basung/ 11 Agustus 1999
NPM : 179110071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat/No. Tlp : Jl. Air Dingin Taqwa 7/081363668976
Judul Proposal/Skripsi : Pengelolaan *Anxiety & Uncertainty* Komunikasi Bermedia *Followers* Akun SM_NCT.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima saksi pembatalan nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2021
Yang menyatakan,



DEVI WANDANI

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, hidayah, keselamatan serta kewarasan kepadaku sehingga dapat menyusun skripsi ini,

Karya ini kupersembahkan kepada yang tersayang,

Kedua orang tua, *Ibu dan Bapak...*

Yang selalu menjagaku hingga tumbuh besar dan beranjak dewasa, mereka yang tidak pernah lupa untuk mengingatkanku untuk tetap selalu berada di jalan yang diRidhoi Allah.

Tidak kulupakan sahabat-sahabatku FIKOM UIR dan teman-teman di Universitas Islam Riau yang selalu memotivasiku.

Almamater tersayang...

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Riau.

MOTTO

Selama kita berusaha, kamu pasti akan mendapatkan sesuatu sebagai balasannya. Itu akan selalu datang, mungkin lebih awal, atau mungkin terlambat.

(Huang Renjun – NCT Dream)

Jangan menyerah sekarang! Impianmu akan menjadi nyata. Jika kamu tidak berjalan hari ini, kamu tidak akan bisa berlari esok hari.

(Drama Korea- Drinking Solo)

... dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir.

(Q.S Yusuf ayat 87)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran sehingga tersusunlah skripsi ini yang berjudul **“Pengelolaan *Anxiety & Uncertainty* Komunikasi Bermedia *Followers* Akun SM_NCT”**.

Pengembangan pembelajaran dari materi yang ada pada skripsi ini, juga dilakukan mahasiswa tetap dengan bimbingan dosen. Sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi sesuai dengan ketentuan akademis. Tujuan dari penelitian ini diharapkan menjadi landasan dalam memahami fenomena meluasnya budaya populer salah satunya K-Pop dari sisi positifnya.

Dalam Penelitian ini banyak pihak yang membantu dalam penyelesaian penelitian ini sehingga penulis dalam kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat Bapak Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang membimbing dalam penyelesaian skripsi ini dengan memberikan masukan dan saran, tanpa bantuan beliau skripsi ini tidak bisa terselesaikan dengan baik.

3. Ibu Dyah Pithaloka, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan masukan dalam pengambilan keputusan masalah yang diteliti serta teori yang digunakan, tanpa bantuan beliau skripsi ini tidak dapat terselesaikan.
4. Kepada seluruh bapak dan ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan yang telah diberikan serta telah memberikan ilmu, pengalaman, dan terima kasih kepada staff karyawan yang telah membantu dalam kelancaran urusan administrasi selama penulis belajar di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Kedua orang tua saya bapak Ismun Sidik dan ibu Edi Ningsih Suyati yang saya cintai dan sayangi senantiasa telah memberikan dukungan dan menyertai disetiap langkah saya, serta yang selalu mendoakan yang terbaik agar anaknya dapat membanggakan dan membahagiakan mereka. Juga yang telah mendukung saya secara moril dan materi, tanpa kedua orang tua serta seluruh keluarga terutama adik-adik saya yang selalu memberikan semangat Dava Nurfauzan, Dinda Gusmadia, dan Dania Rafifaisya, maka saya tidak dapat sampai dititik ini.
6. Kepada NCTzen terutama follower SM_NCT yang menjadi responden dalam skripsi ini, tanpa mereka penelitian ini tidak dapat diselesaikan.
7. Seluruh teman seperjuangan angkatan 2017 khususnya teman-teman yang terdekat karena telah memberikan semangat, bantuan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat selesai.

8. Terima kasih kepada NCT yang selalu memberikan semangat melalui karya-karyanya, melalui lagu-lagu yang mereka nyanyikan sehingga dapat didengarkan ketika mengerjakan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada diri sendiri, sudah dengan konsisten menyelesaikan skripsi ini walau membutuhkan waktu yang cukup lama. Terima kasih sudah bertahan dan tetap yakin bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam penelitian ini, masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, peneliti mengharapkan tegur, kritik serta saran yang bersifat membangun. Semoga dilain waktu dan kesempatan peneliti dapat menyusun penelitian yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik. Aamiin.

Pekanbaru, 14 Juli 2021

Devi Wandani

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	8
1.Tujuan Penelitian.....	8
2.Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kerangka Teori	10
B. Kerangka Operasional	26
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	28
D. Kerangka Pemikiran.....	31
E. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	33
B. Populasi dan Sampel	34
1. Populasi	34
1. Sampel	34
C. Lokasi Dan Waktu Penelitian	36
1. Lokasi	36
2. Waktu Penelitian	36
D. Sumber Data	38
1. Data Primer	38
2. Data Sekunder	39
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Uji Validitas Dan Reliabilitas	40
1. Uji Validitas	40
2. Reliabilitas Data	40
G. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
B. Hasil Penelitian	49
1. Deskripsi Karakteristik Responden	49
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3. Pengujian Hipotesis	54
4. Analisis Data	54
C. Pembahasan Penelitian	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA	76
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Operasional.....	26
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	28
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	37
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	38
Tabel 3. 3 Kriteria Indeks Jawaban Responden	44
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Asal Negara	50
Tabel 4. 3 Uji Validitas	52
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 5 Pengujian Hipotesis.....	54
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Dimensi Konsep Diri	55
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Dimensi Motivasi Berinteraksi	57
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Dimensi Reaksi Terhadap Orang Asing	58
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Dimensi Kategori Sosial	60
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Dimensi Proses Situasional.....	61
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Dimensi Koneksi Dengan Orang Asing	63
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Dimensi Etika Berinteraksi.....	64
Tabel 4. 13 Rata-Rata dan Kriteria Jawaban Responden.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Viewers Penggemar K-Pop di Youtube	3
Gambar 1. 2 Akun SM_NCT	5
Gambar 1. 3 Screenshoot Adanya Ketidakpastian	6
Gambar 1. 4 Unsur-Unsur Komunikasi	10
Gambar 2. 1 Akun Twitter SM_NCT	24
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4. 1 Screenshoot akun SM_NCT	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Uji validitas variabel *anxiety & uncertainty*
- Lampiran 2 : Uji reliabilitas variabel *anxiety & uncertainty*
- Lampiran 3 : Analisis deskriptif variabel *anxiety & uncertainty*
- Lampiran 4 : Uji hipotesis *one sampel t-test*
- Lampiran 5 : Identitas responden
- Lampiran 6 : Kuesioner penelitian
- Lampiran 7 : Penyebaran link kuesioner

ABSTRAK

Pengelolaan Anxiety & Uncertainty Komunikasi Bermedia Follower Akun SM_NCT

Devi Wandani
179110071

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan *anxiety & uncertainty* komunikasi bermedia *follower* akun SM_NCT. *Anxiety & uncertainty* dapat terbentuk karena adanya perbedaan latarbelakang antara satu sama lain. Hipotesis dalam penelitian ini adalah menjadi *follower* akun SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* dalam berkomunikasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan kuesioner sebagai instrument penelitian dengan skala likert. Populasi pada penelitian ini yaitu *follower* akun SM_NCT dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa pengelolaan *anxiety & uncertainty* dalam berkomunikasi mendapat total nilai keseluruhan 72,25% yang dapat dikategorikan baik. Hasil penelitian menemukan bahwa *follower* akun SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* dalam berkomunikasi dengan menerapkan konsep diri, motivasi berinteraksi, reaksi terhadap orang asing, kategori sosial, proses situasional, koneksi dengan orang asing, dan etika berinteraksi.

Kata Kunci : Kecemasan/Ketidakpastian, Komunikasi, Bermedia

ABSTRACT

Anxiety Uncertainty Management of Media Communication Follower SM_NCT Account

Devi Wandani
179110071

This study was conducted to find out how to manage anxiety uncertainty in communication with the SM_NCT account follower media. Anxiety uncertainty can be formed due to differences in background between one another. The hypothesis in this study is that being a follower of the SM_NCT account can manage anxiety uncertainty in communicating. This study uses a descriptive quantitative research method with a questionnaire as a research instrument with a Likert scale. The population in this study were followers of the SM_NCT account and the number of samples used was 100 respondents. Based on the research that has been done, it is found that the management of anxiety uncertainty in communication gets a total score of 72.25% which can be categorized as good. The results of the study found that SM_NCT account followers can manage anxiety uncertainty in communicating by applying self-concept, interaction motivation, reactions to strangers, sosial categories, situational processes, connections with strangers, and ethics interacting.

Keywords: *Anxiety/Uncertainty, Communication, Media*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan zaman ditandai dengan besarnya dampak globalisasi, dimana internet bisa menjadi salah satu media yang digunakan banyak orang untuk berkomunikasi. Maksudnya, seseorang dapat berkomunikasi melalui media mana saja seperti komputer, smartphone, dan lain-lain. *Computer mediated communication* (CMC) merupakan bentuk komunikasi lain yang berkembang seiring adanya perubahan teknologi dan sosial.

Bentuk komunikasi yang dapat dikategorikan ke dalam *computer mediated communication* yaitu dimana orang yang saling berkomunikasi atau sedang bertukar informasi melakukan interaksi tersebut melalui komputer atau media internet lainnya. Mengirim dan menerima *email* melalui *smartphone*, *download* lagu, foto maupun video juga dapat dikatakan sebagai bentuk *computer mediated communication*.

Lajunya perkembangan teknologi dan komunikasi merupakan sebuah tanda dimana era globalisasi mulai ada. Perkembangan teknologi dan komunikasi yang hadir dimasyarakat dapat mempermudah proses interaksi yang dilakukan melalui media internet seperti aplikasi-aplikasi yang saat ini banyak terdapat di *smartphone*. Seperti halnya saat ini, banyak masyarakat yang tertarik terhadap budaya populer yang berasal dari Korea Selatan.

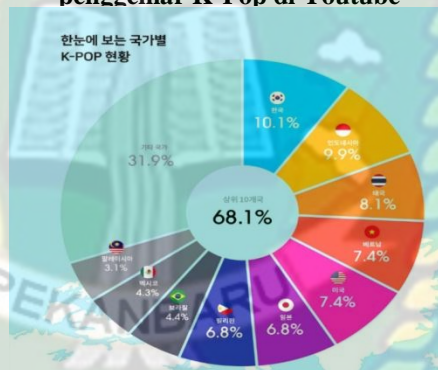
Masyarakat banyak mengakses informasi terkait budaya populer tersebut melalui internet. Munculnya budaya populer yang berasal dari Korea Selatan diperkirakan tahun 2000-an. Bagian dari budaya populer tersebut ialah K-Drama, K-Pop, K-Film, K-*Fashion*, dan K-*Food*. Saat itu drama Korea menjadi salah satu bagian yang paling populer di masyarakat yang berjudul *Endless Love*. Drama itu mulai tayang disaat Korea Selatan menjadi tuan rumah pada pelaksanaan piala dunia 2002.

Korean Wave mulai menyebar di Indonesia dan memasuki pasar dunia merupakan sebuah usaha Korea Selatan untuk mulai memajukan negaranya diberbagai bidang. Bidang ekonomi dapat dilihat pada penjualan *K-Fashion*, *K-Food* serta pariwisatanya yang banyak menarik perhatian. Selain dibidang ekonomi Korea Selatan juga ingin menganalkan budaya dari negaranya dari bahasa dan budaya populer *K-Pop music* dan *modern dance*. Suksesnya *Korean Wave* menembus pasar dunia ditandai dengan banyaknya masyarakat yang tertarik pada K-Drama dan K-Pop yang bahkan dari berbagai jenis kelamin dan dan berbagai kalangan usia.

Karena Kepopuleran budaya yang berasal dari Korea Selatan tersebut membuat banyak orang tertarik untuk mulai mengenal dan mempelajari budaya, mulai dari bahasa maupun sejarah Korea Selatan. Hal tersebut dapat dilihat dengan banyak orang yang mengambil kursus atau jurusan kuliah yang berkaitan dengan Korea Selatan.

Pada 2019 sendiri berdasarkan penelitian data dari pandangan *Youtube* menampilkan bahwa penggemar K-Pop meningkat dengan cepat. Indonesia sendiri menempati posisi kedua dengan persentase 9,9% dari total *viewers* di *youtube*. Kesukaan masyarakat Indonesia terhadap K-Pop semakin meningkat karena banyaknya artis-artis K-Pop yang memasukkan Indonesia menjadi salah satu Negara yang dikunjungi ketika sedang melakukan tur. Bahkan di Indonesia, salah satu agensi besar di Korea membuka cabang di Indonesia yaitu SM Entertainment.

Gambar 1. 1 Persentase viewers penggemar K-Pop di Youtube



Sumber: wowkeren.com

Setiap idol K-Pop memiliki ciri identitas dari masing-masing groupnya. Salah satu yang yang menjadi identitas tersebut yaitu adanya nama-nama setiap fans yang diberikan secara *official* dari agensi masing-masing. Hal tersebut guna untuk mengenali setiap fans dari masing-masing *group*. *Boy group* NCT sendiri memiliki nama fans yaitu NCTzen. Sebutan fans sering juga dikenal dengan nama *fandom*. *Fandom* NCTzen merupakan gabungan dari kata *NCT* dan juga *citizen*. Artinya yaitu setiap fans dari NCT merupakan

warga dari kota N yang mana huruf CT dalam NCT bisa juga terdengar seperti kata *city*.

NCT menjadi salah satu boy group yang memiliki konsep grup yang berbeda dibandingkan dengan boy group-boy group yang lain. NCT memiliki konsep dengan jumlah member yang tak terhingga, jadi bisa bertambah dengan seiring berjalannya waktu dan terbagi menjadi beberapa sub-unit sesuai dengan ketentuan dari agensinya. NCT juga memiliki member-member yang berasal dari Negara yang berbeda. Saat ini ada member yang berasal dari Thailand, Jepang, China, Taiwan, Hongkong, Kanada, Amerika dan juga member yang berasal dari Korea.

Boy group yang juga terkenal di music K-Pop yaitu Super Junior, BTS, EXO, Stray Kids, TXT, Astro, ATEEZ, CRAVITY, GOT7, dan masih banyak lagi.

Sebagai fans K-Pop selalu *update* informasi sangatlah penting. Setiap Negara paling tidak pasti memiliki satu akun *fanbase* terbesar yang selalu *update* terkait informasi yang berkaitan dengan K-Pop itu sendiri. Akan tetapi akun *fanbase* juga tersedia secara internasional dengan username SM_NCT dan akun ini dibentuk pada tahun 2015.

Gambar 1. 2 Akun SM_NCT



Sumber: Twitter

Fenomena kecemasan dan ketidakpastian ini terjadi ketika adanya interaksi yang terjadi antar sesama fans yaitu salah satunya yaitu ketika NCT akan melakukan *comeback*. Ketika akan melakukan *comeback* fans akan lebih sering berinteraksi dengan fans lainnya karena adanya himbauan atau ajakan untuk melakukan *streaming* guna untuk memenuhi target dan mendapat posisi pertama di *music show*. Sehingga ketika adanya interaksi antara fans yang berasal dari berbagai Negara yang memiliki latar belakang budaya dan juga bahasa yang berbeda akan menimbulkan rasa cemas dan tidak pasti dalam berkomunikasi satu dengan yang lainnya.

Gambar 1.3 Screenshoot Adanya Ketidakpastian



Sumber: Twitter

Dengan mengidolakan suatu grup K-Pop membuat seseorang harus berinteraksi dengan orang-orang yang tidak hanya dari tempat tinggalnya saja. Melainkan juga dengan orang-orang yang memiliki latar belakang yang berbeda, baik dari segi bahasa maupun budaya lainnya. Dengan adanya interaksi tersebut memungkinkan seseorang merasa tidak nyaman dan tidak pasti ketika ingin berkomunikasi dengan orang lain. Hal tersebut menimbulkan rasa kurang percaya diri karena khawatir akan hambatan-hambatan yang ada.

Kesadaran dalam memperhatikan situasi dapat menghasilkan komunikasi yang efektif. Hal tersebut sesuai untuk dilakukan dalam berbagai komunikasi, contohnya komunikasi antarbudaya, dimana timbulnya kesadaran dalam memperhatikan situasi dapat memperkecil kesalahpahaman budaya dengan cara melakukan pengurangan sudut pandang negatif, prasangka-prasangka, dan stereotip.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin melihat bagaimana *followers* akun SM_NCT dalam pengelolaan *anxiety & uncertainty* komunikasi melalui *platform twitter*, dengan mengangkat judul **“Pengelolaan Anxiety & Uncertainty Komunikasi Bermedia Followers Akun SM_NCT”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ditentukan identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Adanya pengelolaan *anxiety & uncertainty* dalam berkomunikasi dengan orang asing.
2. Perbedaan latar belakang budaya diantara penggemar K-Pop namun komunikasi tetap berjalan efektif.

C. Fokus Penelitian

Dari pemaparan yang sebelumnya maka focus penelitian dari penulis yaitu pengelolaan *anxiety dan uncertainty komunikasi bermedia followers akun SM_NCT*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana **pengelolaan *anxiety & uncertainty komunikasi bermedia followers akun SM_NCT?***

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah penulis ingin melihat bagaimana **pengelolaan *anxiety & uncertainty dalam berkomunikasi antar sesama fans dan followers akun SM_NCT***.

2. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu-ilmu sosial, khususnya Ilmu Komunikasi yang berbasis pada pengembangan penelitian kajian pengelolaan *anxiety* dan *uncertainty* dalam berkomunikasi.

2) Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena meluasnya budaya populer Korea dari sisi positifnya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pengelolaan *anxiety & uncertainty* dalam berkomunikasi melalui media dengan menjadi *followers* akun yang berkaitan dengan K-Pop yaitu SM_NCT.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

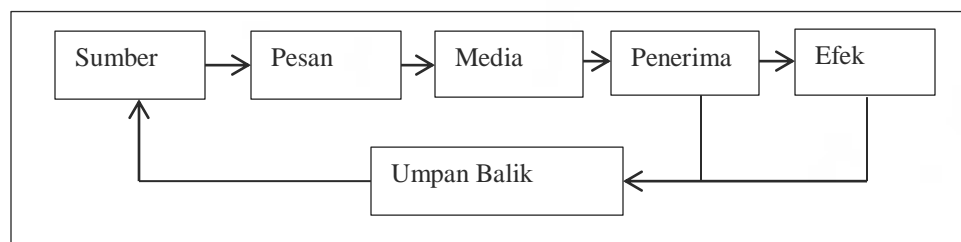
1. Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* disini maksudnya adalah *sama makna*.

Menurut Laswell dalam Onong Uchjana Effendi (2011:11) komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan yang dilakukan melalui media yang dapat menimbulkan suatu efek. Proses komunikasi pada sebenarnya ialah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain. Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya.

Dalam komunikasi terdapat unsur-unsur sebagai pendukungnya, unsur ini berfungsi untuk mendirikan sebuah pondasi dan menjadi bangunan, yaitu sumber, pesan, media, penerima, pengaruh, umpan balik, dan lingkungan.

Gambar 1. 4 Unsur-Unsur Komunikasi



Sumber: Onong Uchjana Effendi, 2011:11

Dalam kehidupan bermasyarakat komunikasi merupakan hal yang akan selalu ada. Komunikasi diperlukan dalam kehidupan sosial karena komunikasi digunakan untuk menciptakan tata krama dalam pergaulan antar manusia. Melakukan dan menciptakan komunikasi yang baik dapat memberikan pengaruh secara langsung pada bentuk keseimbangan seorang individu dalam bermasyarakat.

2. Komunikasi Interpersonal

Proses dimana seseorang bisa membangun dan mengelola hubungan antar manusia, melaksanakan tanggung jawab dan mendapat feedback serta dapat memberikan suatu makna merupakan definisi dari komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal ialah suatu bentuk komunikasi yang dapat dilakukan secara langsung, misalnya secara tatap muka, percakapan yang dilakukan melalui telepon, media internet dan sebagainya.

Menurut Richard L. Weaver II dalam Muhammad Budyatna (2015:15) terdapat delapan ciri-ciri dari komunikasi interpersonal, yaitu:

- a. Melibatkan paling sedikit dua orang.

Komunikasi interpersonal sebenarnya terjadi antara dua orang yang merupakan bagian dari sekumpulan manusia yang lebih besar. Apabila dua orang dalam kelompok menyepakati mengenai hal tertentu maka kedua orang tersebut terlibat dalam komunikasi interpersonal.

- b. Adanya umpan balik atau feedback.

Dalam komunikasi interpersonal feedback adalah pesan yang dikirim kembali oleh penerima pesan kepada pengirim pesan. Sering kali bersifat segera, nyata dan berkesinambungan.

- c. Tidak harus tatap muka.

Komunikasi interpersonal yang sudah terbentuk akan adanya saling pengertian antara satu dengan yang lainnya. Komunikasi dapat dilakukan melalui telepon, email, dan juga bahasa isyarat apabila kedua orang tidak saling berdekatan dalam satu ruangan terbuka.

- d. Tidak harus bertujuan.

Komunikasi interpersonal tidak harus memiliki tujuan atau dapat dilakukan dengan tidak sengaja dengan kesadaran.

- e. Menghasilkan beberapa pengaruh atau *effect*.

Efek atau pengaruh yang ada tidak harus segera ada dan nyata, namun harus terjadi. Untuk dapat dianggap sebagai komunikasi interpersonal yang benar, maka pesan tersebut harus menimbulkan efek atau memberikan pengaruh.

- f. Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata.

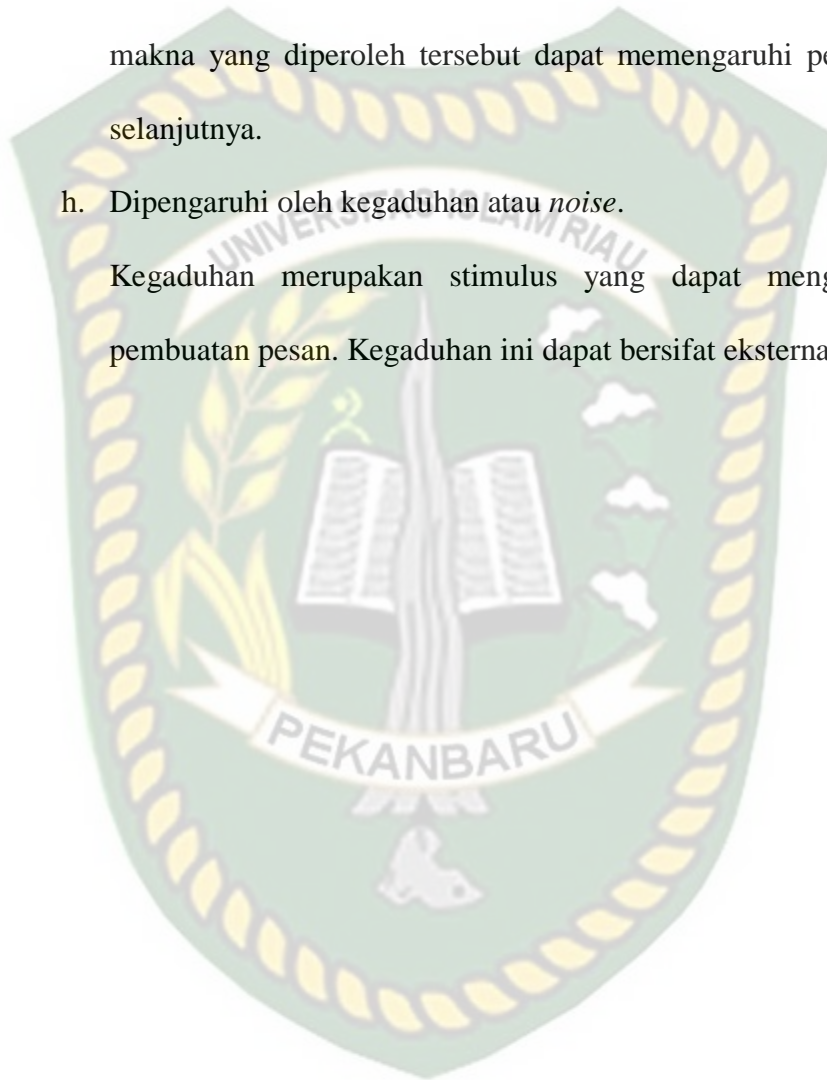
Seseorang tetap dapat melakukan komunikasi interpersonal walau tanpa kata-kata seperti komunikasi nonverbal.

- g. Dipengaruhi oleh konteks.

Konteks dapat memengaruhi harapan-harapan para penerima pesan, makna yang diperoleh tersebut dapat memengaruhi perilaku mereka selanjutnya.

- h. Dipengaruhi oleh kegaduhan atau *noise*.

Kegaduhan merupakan stimulus yang dapat mengganggu dalam pembuatan pesan. Kegaduhan ini dapat bersifat eksternal dan internal.



3. Teori Pengelolaan *Anxiety & Uncertainty*

Kecemasan dan ketidakpastian dalam berkomunikasi sering dialami oleh setiap orang. Kecemasan yang dimaksudkan ialah pada suatu kondisi dimana kita merasa gelisah, tegang dan sebagainya. Sedangkan ketidakpastian yaitu dimana suatu kondisi tertentu yang kita merasa tidak pasti yang disebabkan oleh perasaan khawatir serta tidak bisa menjelaskan tingkah laku diri sendiri atau orang lain.

Dalam tinjauan komunikasi interpersonal terdapat teori yang telah dikembangkan oleh William Gudykunst yang dikenal dengan *anxiety and uncertainty management theory*. Teori ini dikembangkan berdasarkan pemikiran Berger yang membahas tentang pengurangan ketidakpastian dalam situasi budaya yang berbeda. Teori Berger tersebut diadaptasi oleh Gudykunst serta diperluas lagi sehingga terbentuk teori baru yaitu teori pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian.

Dalam suatu kebudayaan, setiap individu secara tidak langsung berusaha menciptakan suasana yang positif untuk mengurangi kecemasan dan ketidakpastian dalam berkomunikasi terutama pada saat tahap awal suatu hubungan dengan menggunakan cara berdasarkan budaya dari tempatnya berasal. Setiap orang memiliki batas-batas dan tahapan tersendiri dalam menangani kecemasan dan ketidakpastian mereka dalam berkomunikasi yang dirasakannya. Dalam buku Morrisson (2013:209) dijelaskan bahwa jika tingkat ketidakpastian kita melampaui batas atas

yang dimiliki, maka kepercayaan kita akan berkurang, dan jika tingkat kecemasan terlalu tinggi maka kita akan menghindari adanya komunikasi.

Teori ini juga meninjau dari bagaimana cara seseorang dalam mendapatkan informasi tentang orang lain, memperhatikan lingkungan sosial, mengenal diri sendiri dan orang yang sedang berinteraksi dengan dirinya menjadi focus dari teori ini, mengapa seseorang melakukan hal tersebut, dan ketika melakukannya seseorang akan mendapatkan hasil apa.

Suatu proses pengurangan ketidakpastian yang terjadi pada manusia berdasarkan budayanya masing-masing biasanya dipengaruhi oleh variable-varibel tambahan lainnya. Ketika kita benar-benar menandai berbagai kelompok budaya kita akan berpikir bahwa orang lain merupakan acuan dari kelompok lain, kita mungkin akan mengalami kecemasan dan ketidakpastian yang sangat besar. Sedangkan apabila kita memiliki kepercayaan diri yang baik ketika mengenal orang lain maka kecemasan tersebut akan menurun dan kita dapat mengharapkan komunikasi yang terjadi secara positif. Pengalaman dan persahabatan dengan orang-orang yang berasal dari budaya yang berbeda juga dapat meningkatkan kepercayaan diri ketika bertemu dengan seseorang yang baru dari kelompok budaya yang lain.

Pada tahun-tahun terakhir Gudykunst, teori ini lebih diperluas lagi dan secara mendalam, sehingga teori ini sekarang memiliki sekitar 50 dalil yang berhubungan dengan konsep diri, motivasi berinteraksi, reaksi

terhadap orang-orang baru, penggolongan sosial, proses-proses situasional, hubungan dengan orang-orang baru, dan beberapa hal lain yang berhubungan dengan kecemasan dan keefektifan. Kecemasan dan ketidakpastian berhubungan dengan seluruh sifat-sifat komunikasi, perilaku, dan pola-pola, serta perpaduan ini memengaruhi apa yang kita lakukan dalam interaksi dengan orang-orang yang tidak kita kenal (Foss, 2011). Kategori-kategori tersebut sebagai berikut (Renata Panacova, 2020)

- a. Konsep diri. Konsep diri adalah bagaimana kita melihat diri sendiri dan adanya kemauan dalam melihat harga diri ketika kita berinteraksi dengan orang lain yang berasal dari budaya yang berbeda untuk menghasilkan suatu kemampuan untuk mengatur kecemasan dalam berkomunikasi.

Menurut Grieve dan Hogg dalam Renata Panacova (72-73:2020) biasanya orang menerapkan kategori sosial untuk diri mereka sendiri dan juga orang lain untuk memperjelas persepsi mereka tentang dunia sosial dan tempat mereka di dalamnya dengan demikian membuatnya lebih bermakna. Kategori sosial menentukan identitas sosial kita, yang mempengaruhi cara kita bertindak dalam interaksi sosial.

- b. Motivasi untuk berinteraksi dengan orang asing. Motivasi merupakan hal dasar yang dimiliki orang lain untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Hal ini didasarkan pada kebutuhan kita untuk mempercayai orang asing, yang artinya orang asing tersebut dapat

diandalkan dan juga perilaku mereka terprediksi oleh kita. Jika perilaku orang asing masuk akal bagi kita dan kita menganggap orang tersebut dapat diprediksi maka kita dapat mengkonfirmasi konsep diri kita. Peningkatan kepercayaan diri pada kemampuan yang kita miliki untuk memprediksi perilaku orang asing dapat menurunkan rasa kecemasan.

- c. Reaksi terhadap orang asing. kemampuan yang kita miliki dalam memproses informasi sangat kompleks. Hal tersebut memungkinkan kita untuk menunjukkan rasa empati dengan orang asing. reaksi terhadap orang asing juga mencakup tentang kemauan dan kemampuan kita untuk mengubah perilaku kepada orang asing serta kemampuan kita dalam mengatasi ambiguitas.
- d. Kategori sosial. Dalam lingkungan sosial kita cenderung mengelompokkan seseorang dalam kategori tertentu, baik secara fisik, aksen, tingkah laku, dll. Dengan adanya kategori kita akan memposisikan diri sendiri termasuk bagian dari kategori tersebut atau tidak. Kategori sosial menciptakan persamaan-persamaan yang membuat kita merasa terhubung dengan orang asing dan menjadikan satu kelompok atau grup. Peningkatan kemampuan seseorang dalam memahami bahwa dirinya berbagai identitas tertentu dengan orang asing akan menghasilkan penurunan kecemasan dalam berinteraksi.

- e. Proses situasional. Dalam suatu kondisi melakukan kerjasama dengan orang asing akan menciptakan perasaan positif dengan demikian tingkat kecemasan akan lebih rendah dan kita dapat memprediksi orang asing dengan percaya diri. Peningkatan pada kemampuan kita untuk melihat bahwa kita memiliki kelebihan dari orang asing tersebut dapat menurunkan kecemasan.
- f. Koneksi dengan orang asing. Kita cenderung tertarik dengan orang asing yang memiliki kesamaan dengan kita. Memiliki kesamaan menjadikan daya tarik untuk berinteraksi dengan orang asing, daya tarik ini dapat dilihat dari bagaimana cara kita berkomunikasi dengan orang asing dan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi. Peningkatan komunikasi informal akan menurunkan kecemasan dan dapat meningkatkan kepercayaan diri kita.
- g. Etika berinteraksi. Sebagai sesama manusia kita harus saling menghormati satu sama lain dan memperlakukan mereka sesuai dengan harkat dan martabatnya merupakan hal dasar yang harus dimiliki setiap orang. Di dalam interaksi komunikasi antarbudaya, setiap pelaku komunikasi membawa identitas dirinya sebagai individu maupun identitas dirinya sebagai bagian dari kelompok budayanya.

Teori ini merupakan kajian kedua tentang penelitian yang telah dievaluasi ketidakpastiannya dalam konteks antarbudaya. Teori pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian mengemukakan bahwa

kecemasan (sebuah emosi) dan ketidakpastian (sebuah kognisi) muncul apabila individu berinteraksi dengan orang lain dari budaya yang berbeda. Teori ini berpendapat bahwa kecemasan dan ketidakpastian, pada gilirannya, mengarahkan bagaimana orang berkomunikasi (Budyatna, 2015).

Teori ini merupakan teori yang berada dalam bagian sosiopsikologi dan merupakan bagian dari kajian komunikasi interpersonal, yang mana setiap orang melakukan percakapan dengan memfokuskan perhatian pada sejumlah factor atau variabel yang memengaruhi perilaku orang dalam berinteraksi dengan orang lain (Morisson, 2014).

4. Komunikasi Bermedia

Istilah komunikasi berasal dari kalimat *latin communis* yang artinya membuat kebersamaan antara dua orang atau lebih. Menurut Harold D. Lasswell dalam Hafied Cangara (2016:21) bahwa cara yang sesuai untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi yaitu menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

Ada empat fase dalam perkembangan komunikasi manusia, diantaranya *the writing era, the printing era, telecommunication era* dan *interactive communication era* Rulli Nasrullah (2014:4). Saat ini komunikasi sudah memasuki era yang keempat dimana setiap orang dapat

berkomunikasi melalui media apapun dan dapat dilakukan dimana saja serta kapan saja.

Komunikasi bermedia atau *computer mediated communication* memberikan penjelasan bagaimana komputer memfasilitasi proses komunikasi. Menurut Holmes dalam Rulli Nasrullah (2014:94) ada empat poin penting mengenai sudut pandang CMC yaitu,

- a. Fokus pada keunikan komunikasi yang terjadi di *cyberspace*;
- b. Lebih memfokuskan diri pada “interaksi” dibanding “integrasi” yang lebih mengangkat beragam bentuk interaksi individu dibandingkan semua konteks serta ritual sosial di mana interaksi tersebut memiliki makna;
- c. Tidak seperti “*media studies*” beberapa pembahasan CMC mengungkap bagaimana factor-faktor luar memengaruhi kegiatan komunikasi. Dengan menganalisis *broadcast*, kenyataannya sangat sedikit yang mengeksplorasi bagaimana factor-faktor luar tersebut memengaruhi konten media sementara media konten itu sendiri dinilai dari bagaimana ia mencerminkan segala sesuatunya di luar media atau keadaan nyata nonmedia;
- d. Dengan sedikit mengabaikan beragam bentuk interaksi sosial yang mungkin mendukung perspektif CMC, bahwa sudut pandang ini memfokuskan pada integrasi informasi di mana komunikasi yang

terjadi melalui *medium komputer* berdasarkan pada proses informasi yang dapat dijumpai dalam beragam bentuk.

Komunikasi bermedia komputer mampu melewati jarak antara pengguna satu dengan pengguna lainnya dan hal tersebut memungkinkan untuk terjadinya pertukaran budaya dari masing-masing penggunanya. Komunikasi bermedia komputer, pengirim dan penyampaian pesan dalam berinteraksi tidak harus berada dalam jarak yang dekat, tidak harus dengan waktu dan keadaan yang sama namun pesan tetap dapat sampai pada tujuan. Yang menjadi pembeda komunikasi bermedia internet dengan komunikasi lainnya adalah komunikasi daring yang bersifat tidak tetap, sesaat dan bebas bisa bagaimana saja. Artinya pengguna juga dapat melakukan komunikasi dengan pengguna lain saat ini namun pada lain waktu tidak lagi saling berkomunikasi.

5. Media sosial

Menurut Laughey dalam Rulli Nasrullah (2017:3) secara sederhana, istilah media dapat dijelaskan sebagai sarana komunikasi yang sesuai dengan definisi yang diketahui selama ini. Media cenderung muncul bersamaan dengan maksud sarana komunikasi yang disertai dengan teknologi.

Sosial dalam media sosial secara teori seharusnya masuk dibagian didekati oleh ranah sosiologi. Seperti yang dikatakan oleh Fuchs dalam

Rulli Nasrullah (2017:4) ada beberapa pertanyaan mendasar ketika melihat kata sosial, misalnya sesuai dengan informasi dan kesadaran.

Berdasarkan pengertian dari media dan sosial, media sosial merupakan bentuk yang tidak memiliki perbedaan dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Media sosial merupakan salah satu *platform* yang muncul di media siber. Media sosial memiliki batas-batas dan karakteristik khusus yang dimilikinya yaitu 1) jaringan; 2) informasi; 3) arsip; 4) interaksi; 5) simulasi sosial; 6) konten oleh pengguna.

Jaringan sosial merupakan media sosial yang paling populer dibandingkan yang lainnya. Jaringan sosial merupakan alat yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk hal yang didapat atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia maya.

Kehadiran situs jejaring sosial seperti *Twitter* yang merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk mempublikasikan konten, seperti profil, aktivitas maupun pendapat dari pengguna. Fitur yang ada di *Twitter* bisa dimanfaatkan pengguna untuk mengungkapkan apa yang sedang disaksikan dan dialami, *sharing* tentang hal yang ada disekitar dirinya maupun sebagai media pengungkapan sudut pandang tentang beberapa situasi.

Sifat utama dari situs jejaring sosial adalah setiap penggunanya dapat membentuk pertemanan baik terhadap pengguna yang dikenal secara nyata (luring) maupun pertemanan baru yang dikenal secara daring. Pada

beberapa hal pertemanan yang terbentuk secara daring ini bisa berdasarkan hal yang sama misalnya hobi atau kegemaran, sudut pandang politik, asal sekolah atau universitas, dan profesi pekerjaan.

6. *Followers* Akun SM_NCT

Akun SM_NCT adalah akun sosial media yang ada di *platform twitter*. Akun tersebut merupakan akun *fanbase* dari boy group NCT yang dibentuk untuk update informasi untuk fans-fans internasional. Akun SM_NCT dibentuk guna untuk mendukung dan memberikan informasi terkait *boy group* NCT kepada para fans dan *followers* dari akun tersebut. *Followers* dalam bahasa Indonesia berarti pengikut.

NCT merupakan *boy group* asal Korea Selatan yang dibentuk pada tahun 2016. NCT merupakan kepanjangan dari *Neo Culture Technology*. NCT dibentuk oleh agensi SM Entertainment yang memiliki konsep grup dengan jumlah anggota tak terhingga. NCT memiliki beberapa sub-unit yaitu NCT U, NCT 127, NCT Dream, dan NCT China yaitu WayV.

Gambar 2. 1 Akun Twitter SM_NCT



Sumber: Twitter

7. Pengelolaan *Anxiety & Uncertainty*, Komunikasi Bermedia, *Followers* Akun SM_NCT

Semakin canggihnya teknologi di dunia, membuat banyaknya budaya-budaya yang populer berkembang dan terkenal di Negara manapun, salah satunya budaya yang berasal dari Negara korea selatan yang sering dikenal dengan *Korean wave*. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya fans yang berasal dari Negara-negara yang berbeda. Salah satunya yaitu Negara Indonesia. Sebagai fans yang mengidolakan sesuatu yang sama, memungkinkan seseorang dapat berinteraksi dengan fans secara internasional.

Komunikasi dapat terjalin bukan hanya melalui tatap muka saja namun saat ini juga dapat dilakukan hanya melalui sosial media saja. Dalam hal ini banyak fans yang saling berinteraksi satu sama lain menggunakan *platform twitter* yang menjadi sarana. Mereka dapat berinteraksi walau terdapat perbedaan waktu dan tempat serta perbedaan budaya. Karena adanya perbedaan yang mendasar tersebut dan sering terjadinya interaksi satu sama lain, apakah *followers* akun SM_NCT mampu mengelola rasa ketidakpastian dan kecemasan ketika mereka berkomunikasi. Baik dengan orang-orang yang di *real life* maupun orang-orang yang mereka temui melalui media sosial.

Pengalaman dan persahabatan dengan orang-orang yang berasal dari budaya berbeda dapat meningkatkan kepercayaan seseorang ketika ia bertemu dengan orang asing yang tidak dikenalnya. Begitu pula dengan mengetahui bahasa orang asing, itu akan menolong meningkatkan kepercayaan dan toleransi (Morisson, 2014).

B. Kerangka Operasional

Terdapat indikator-indikator penelitian yang merupakan konsep dari teori pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian yang dikembangkan oleh William Gudykunst. Indikator-indikator tersebut sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Kerangka Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Subindikator
Anxiety & Uncertainty	Konsep Diri	1. Mau Melihat Harga Diri	a. Pandangan tentang dirinya sendiri
			b. Percaya diri terhadap kemampuan yang dimiliki
		2. Identitas Sosial	a. Keterlibatan dengan kelompok sosial tertentu
			b. Tempat yang menyediakan dukungan sosial
	Motivasi Berinteraksi	1. Kebutuhan Memprediksi	a. Memperkirakan perilaku seseorang
			a. Menegaskan kemampuan yang dimiliki
		2. Mengonfirmasi Konsep Diri	b. Menyatakan dengan benar tentang dirinya
	Reaksi Terhadap Orang Asing	1. Menunjukkan Empati	a. Melihat dari sudut pandang orang lain
			b. Ikut berperan dalam menjaga hubungan antar sesama
		2. Toleransi Terhadap Ambiguitas	a. Mentoleransi ketidakjelasan situasi ketika berinteraksi
			b. Menghargai kemungkinan adanya makna lebih
	Kategori Sosial	1. Merasa Memiliki Kesamaan	a. Memiliki ketertarikan yang sama
			b. Memiliki pribadi yang sama
	Proses Situasional	1. Melakukan Kerjasama	a. Usaha untuk mencapai tujuan bersama
			b. Menciptakan suasana yang positif
		2. Memiliki Kelebihan Dari Orang Asing	a. Menjadikan kelebihan sebagai daya tarik
			b. Melakukan peningkatan kemampuan pada diri
	Koneksi Dengan	1. Daya Tarik	a. Kemampuan dalam menarik perhatian

	Orang Asing	2. Kuantitas Interaksi	a. Waktu yang digunakan untuk berinteraksi
			b. Keakraban hubungan dengan orang asing
	Etika Berinteraksi	1. Menjaga Martabat	a. Menjaga seseorang untuk dihargai
			b. Selalu bersikap sopan
		2. Saling Menghormati	a. Saling memahami satu sama lain
			b. Memiliki sikap pengertian

Sumber: Renata Panacova, 2020:72-74

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil
1.	Afriyanti Diana dan Eduard Lukman, 2018, jurnal komunikasi Indonesia, vol.VII no.1:99-108	Pengelolaan Kecemasan Dan Ketidakpastian Dalam Komunikasi Antarbudaya Antara Auditor Dan Auditee	<p>a. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif, dan strategi penelitian adalah studi kasus.</p> <p>b. Teknik pengumpulan data melalui wawancara terhadap informan dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya.</p> <p>c. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, pemahaman, dan interpretasi hasil.</p>	<p>a. Kecemasan yang timbul dalam diri auditor ketika berinteraksi dengan auditee antara lain kekhawatiran terhadap adanya resistensi dari pihak auditee, dan ketegangan karena memeriksa auditee yang memiliki pengaruh besar atau dekat dengan pihak-pihak yang berkuasa.</p> <p>b. Pengalaman para informan dalam berinteraksi antarbudaya menunjukkan adanya sikap mindful. Untuk menghasilkan komunikasi yang efektif, kita harus melakukan pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian secara mindful.</p>
2.	Anita anggraeni dan cynantia rachmijati, 2017, jurnal ilmiah UPT P2M STKIP Siliwangi, vol.4 no.2:32-39	Aplikasi Pemahaman Lintas Budaya (<i>Crosscultural Understanding</i>) Dalam Pembelajaran Speaking Untuk Mengatasi Kecemasan Berbicara (<i>Speaking Anxiety</i>) Pada Mahasiswa Semester 2 Program Studi Bahasa Inggris	<p>a. Penelitian ini merupakan penelitian korelasi yang akan melihat hubungan antara dua variabel yaitu pemahaman lintas budaya dan speaking anxiety.</p> <p>b. Alat ukur atau instrument dalam penelitian ini adalah kuesioner sejumlah 30</p> <p>c. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2016 jurusan pendidikan bahasa</p>	<p>a. Hasil penelitian menemukan bahwa keterkaitan antara pemahaman kebudayaan erat kaitannya dengan menurunnya tingkat kecemasan mahasiswa dalam berbicara bahasa inggris dan perlunya strategi penerapan crosscultural understanding untuk meningkatkan pemahaman kebudayaan sehingga</p>

		Skip Siliwangi.	inggris kelas regular sejumlah 164 mahasiswa. Sementara sampel 9 mahasiswa untuk diwawancarai dan 3 orang guru kursus bahasa inggris.	bisa membantu mengurangi kecemasan berbicara. b. Dari hasil kuesioner dan wawancara bahwa factor kecemasan berbicara adalah factor internal dari diri sendiri, dimana mahasiswa menjadi gugup, cemas, malu dan takut untuk mulai berkomunikasi menggunakan bahasa inggris karena takut serta masih rendahnya kemampuan berbahasa.
3.	Lingga angling wulung dan Ignatius agung satyawan, 2019, research fair unisri, vol.3 no.1:456-462	Pengelolaan Manajemen Kecemasan Dan Ketidakpastian Pengemudi Taksi Daring	a. Menggunakan studi kasus tunggal untuk mendeskripsikan <i>anxiety uncertainty management</i> mahasiswi Inholland. Penelitian ini menggunakan satu obyek/satu kasus disatu tempat yaitu Program Studi manajemen bisnis internasional, universitas Kristen petra b. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif c. Subjek penelitian yang diambil adalah pengemudi taksi online di Yogyakarta, Surakarta, dan Semarang yang baru menggunakan aplikasi taksi berbasis online.	Fenomena kecemasan dan ketidakpastian pada penggunaan teknologi dalam bentuk aplikasi dipengaruhi oleh beberapa factor yang terdiri dari usia, pendidikan, kemampuan individu, dan budaya.

Sumber: Google Cendikia

1. Wulung Lingga Angling, Ignatius Agung Satyawan, Jurnal dengan judul “Pengelolaan manajemen kecemasan dan ketidakpastian pengemudi taksi daring”. Jurnal ini menjelaskan tentang fenomena kecemasan dan ketidakpastian pada penggunaan teknologi dalam bentuk aplikasi dipengaruhi oleh usia, pendidikan, kemampuan individu dan budaya.
2. Diana Afriyanti, Eduard Lukman, Jurnal dengan judul “Pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian dalam komunikasi antarbudaya antara auditor dan auditee”. Jurnal ini menjelaskan kecemasan dan ketidakpastian yang timbul dalam diri auditor ketika berinteraksi dengan auditee yaitu karena khawatir terhadap adanya resistensi dari pihak auditee yang memiliki pengaruh besar atau dekat dengan pihak-pihak yang berkuasa.
3. Anggraeni Anita, Cynantia Rachmijati, Jurnal dengan judul “Aplikasi pemahaman lintas budaya (*crosscultural understanding*) dalam pembelajaran speaking untuk mengatasi kecemasan berbicara (*speaking anxiety*) pada mahasiswa semester 2 program studi bahasa inggris stkip siliwangi”. Jurnal ini menjelaskan tentang bahwa keterkaitan antara pemahaman kebudayaan erat kaitannya dengan menurunnya tingkat kecemasan mahasiswa dalam berbicara bahasa inggris dan perlunya strategi penerapan *crosscultural understanding* untuk meningkatkan pemahaman kebudayaan sehingga bisa membantu mengurangi kecemasan berbicara.

Ketiga penelitian tersebut terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu, penelitian ini membahas bagaimana *followers* dari akun *twitter* SM_NCT

dapat mengelola kecemasan dan ketidakpastiannya dalam berkomunikasi setelah menjadi fans dari *boy group* NCT tersebut, yang mana memiliki fans yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

D. Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Littlejohn dan Foss, 2011:221

Berdasarkan gambar di atas kerangka pemikiran terbentuk yaitu, menjadi *followers* akun SM_NCT menjadikan seseorang dapat mengelola *anxiety & uncertainty* dalam berkomunikasi dengan berdasarkan teori AUM yang dikemukakan oleh Gudykunst terkait konsep diri, motivasi, reaksi kepada orang asing, kategori sosial, proses situasional, koneksi dengan orang asing dan etika berinteraksi.

E. Hipotesis

Hipotesis dapat dikatakan sebagai dugaan sementara. Asal mula hipotesis dari bahasa Yunani yaitu *hypo* yang berarti pendirian, pendapat yang ditegakkan, serta kepastian. Jika dimaknai secara bebas maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih belum dapat dipastikan. Untuk bisa memastikan kebenaran dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis harus diuji atau dibuktikan kebenarannya.

Dalam hipotesis terbagi menjadi dua bagian yaitu:

- a. Hipotesis kerja/alternatif (H_a) merupakan anggapan dasar peneliti terhadap suatu masalah yang sedang diteliti. Sehingga bunyi hipotesisnya: menjadi *followers* akun SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* dalam berkomunikasi
- b. Hipotesis null (H_0) juga dapat didefinisikan suatu pernyataan tentang alat ukur yang bertentangan dengan keyakinan peneliti atau kebalikan H_a . Sehingga bunyi hipotesisnya: menjadi *followers* akun SM_NCT tidak dapat mengelola *anxiety & uncertainty* dalam berkomunikasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian kuantitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan, merangkum berbagai kondisi, berbagai situasi, atau menjelaskan berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi Burhan Bungin (2013:44).

Penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data menurut Burhan Bungin (2013:133) merupakan kumpulan atau daftar pernyataan yang telah disusun secara sistematis, kemudian dikirim yang mana untuk diisi oleh responden. Setelah diisi kuesioner dikirim kembali atau dikembalikan kepada peneliti. Penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup yang mana responden dapat memilih satu atau lebih kemungkinan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti, Deni Darmawan (2013:160).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam metode penelitian kuantitatif kata populasi sering digunakan untuk menyebutkan sekumpulan atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi penelitian merupakan keseluruhan jumlah dari objek penelitian yang bisa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber penelitian, Burhan Bungin (2013:109).

Menurut kamus besar bahasa Indonesia populasi merupakan kumpulan orang, benda, atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel. Suatu kelompok yang telah memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subjek pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan diamati atau diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah *followers* akun SM_NCT di *platform twitter* dengan jumlah *followers* sebanyak 90.000.

1. Sampel

Sampel adalah kumpulan orang yang menjadi perwakilan dari populasi yang digunakan untuk memperoleh data serta untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *probability sampling*.

Teknik *sampling* yang digunakan yaitu menggunakan teknik sampel random sederhana (*simple random sampling*) yang mana teknik pengambilan

sampel yang memberikan kesempatan pada semua orang dalam populasi untuk dijadikan sampel.

Untuk menarik jumlah sampel yang akan diambil peneliti menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n= jumlah sampel

N= jumlah populasi

e= presentase kesalahan yang masih dapat ditolerir dalam pengambilan sampel, pada penelitian ini menggunakan $e=10\%=(0.1)$

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ n &= \frac{90.000}{1+90.000(0,1)^2} \\ n &= \frac{90.000}{1+900} \\ n &= \frac{90.000}{901} \\ n &= 99,8 \end{aligned}$$

Dari hasil yang didapat yaitu 99,8 maka dapat dibulatkan menjadi 100.

Dengan demikian sampel yang akan diambil dengan penarikan sampel acak sederhana yaitu berjumlah 100 orang.

C. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana penelitian tersebut akan dilakukan.

Namun pada penelitian ini, peneliti menetapkan lokasi penelitian akan dilakukan pada seluruh wilayah Indonesia yang mana dapat diakses melalui *platform twitter* yaitu *fanbase SM_NCT*.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan saat ini penelitian mulai dilakukan, baik dalam pemilihan masalah, waktu perkiraan penyelesaian proposal serta waktu perkiraan dalam memperoleh data yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan Dan Minggu Ke																				K e t
		Agst-Jan				Feb				Jun-Juli				Agst				Sept				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan Dan Penyusunan Up	X	X	X	X																	
2	Seminar Up					X																
3	Riset																					
4	Penelitian Lapangan									X	X											
5	Pengolahan Dan Analisis Data									X												
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi										X											
7	Ujian Skripsi														X							
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi																X					
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																	X				

Sumber: Olahan Peneliti.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer didapatkan dari responden, dimana responden-responden tersebut mengisi sebuah kuesioner yang merupakan alat yang digunakan untuk pengumpulan data. Pernyataan yang dimuat dalam kuesioner bersifat tertutup dimana kuesioner tersebut dibatasi dalam memilih jawaban yang batasan tersebut menggunakan skala likert.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sudut pandang, dan sikap seseorang terhadap objek atau fenomena tertentu. Skala likert adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh likert (1932). Skala likert memiliki empat atau lebih poin-poin pernyataan yang digabungkan sehingga membentuk sebuah skor atau nilai yang menampilkan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Penggunaan jumlah dari semua butir pernyataan valid karena setiap butir pernyataan adalah indikator dari variabel yang direpresentasikannya.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Weksi Budiaji, 2013.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian (jurnal, buku, data, berita online, dll).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner sering juga dikenal dengan metode angket. Metode angket atau kuesioner ialah daftar pernyataan yang disusun secara sistematis. Kuesioner terdiri dari bagian pendahuluan, dimana pendahuluan berisikan petunjuk pengisian kuesioner, bagian identitas berisikan identitas responden seperti: nama, alamat, umur, pekerjaan, jenis kelamin, status pribadi dan sebagainya, kemudian baru memasuki bagian isi kuesioner.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan yaitu berupa kuesioner yang bersifat angket langsung tertutup yang berisi pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket langsung tertutup adalah angket yang dibuat untuk menyimpan data tentang keadaan yang dialami oleh responden telah tertera dalam angket tersebut.

2. Studi Pustaka

Metode ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data teoritis yaitu dari penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan teori yang sama serta dalam yang memiliki bahasan yang sama.

F. Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu bentuk pengukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrument. Uji validitas ditujukan pada sejauh mana instrument dalam menjalankan fungsi. Instrument dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dengan demikian angka validitas menunjukkan apakah data yang terkumpul tidak melenceng dari gambaran tentang variabel yang dimaksudkan.

Validitas dalam penelitian kuantitatif melibatkan seluruh bagian penting dalam penelitian, konsep, variabel, hingga indikator dari variabel tersebut. Cara menentukan apakah alat ukur yang digunakan valid atau tidak yaitu menggunakan rumus uji validitas dengan teknik *product moment pearson*, yaitu:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Di mana:

n = jumlah responden

X = skor variable (jawaban responden)

Y = skor total dari variable (jawaban responden)

2. Reliabilitas Data

Uji reliabilitas adalah cara untuk mengukur suatu kuesioner yang digunakan yang berasal dari indikator dan variabel. Suatu kuesioner

dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *cronbach alpha* untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrument dari variabel sebuah penelitian. Teknik atau rumus *cronbach alpha* dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrument penelitian reliabel atau tidak. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6.

Menentukan reliabilitas instrument:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Di mana:

K = butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

r_{11} = koefisien reliabilitas instrument

Uji ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 21.00 *for windows*.

G. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

1. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah H_a diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengujian hipotesis yaitu teknik uji dua pihak (*two tail test*), yaitu:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Di mana:

t = nilai t yang dihitung, selanjutnya disebut t hitung

\bar{x} = rata-rata x

μ_0 = nilai yang dihipotesiskan

s = simpangan baku

n = jumlah anggota sampel

Pengujian hipotesis dinyatakan sebagai berikut:

- Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima, menjadi follower SM_NCT tidak dapat mengelola *anxiety&uncertainty*.
- Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak, menjadi foloower SM_NCT dapat mengelola *anxiety&uncertainty*.

2. Analisis Deskriptif

Dalam Syofian Siregar (2014:126) analisis deskriptif merupakan cara analisis data penelitian yang digunakan untuk menguji penyamarataan hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif. Analisis deskriptif ini digunakan untuk

menguji hipotesis atau dugaan sementara dari peneliti yang bersifat deskriptif. Menurut Iqbal Hasan dalam Syofian Siregar (2014:126) analisis deskriptif ini menggunakan satu variabel atau lebih tetapi bersifat berdiri sendiri, oleh karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan ataupun hubungan.

a. Menghitung Total Skor Responden

Untuk menghitung total skor responden peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T \times P_n$$

Keterangan:

T = Total jumlah responden yang memilih

P_n = Pilihan angka skor *likert*

b. Skor Ideal

Menghitung skor ideal dari semua item dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = (\text{Skor Maksimal}) \times (\text{Jumlah responden})$$

$$X = (\text{Skor Minimal}) \times (\text{Jumlah responden})$$

c. Menentukan Interval Persentase

Selanjutnya untuk menentukan hasil interpretasi maka menggunakan rumus:

$$I = \frac{100}{\text{Jumlah pilihan skor likert}}$$

Hasil yang diperoleh terhadap keputusan penilaian responden sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kriteria Indeks Jawaban Responden

No	Nilai Jawaban Responden	Kriteria Jawaban Responden
1	0-19,99%	Sangat Tidak Baik
2	20-39,99%	Kurang Baik
3	40-59,99%	Cukup Baik
4	60-79,99%	Baik
5	80-100%	Sangat Baik

Sumber: Pengolahan Data Penelitian.

d. Persentase Jawaban

Untuk menganalisis persentase data yang terkumpul, maka dapat menggunakan rumus:

$$P = \frac{f \times 100\%}{N}$$

Keterangan:

P = Persentase

f = Frekuensi jawaban responden

N = Total frekuensi

100 = Bilangan tetap

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Media Sosial

Media sosial ialah media yang dapat digunakan oleh banyak orang untuk saling berinteraksi satu sama lain. Bentuk interaksi yang terjadi bukan hanya interaksi melalui teks saja, namun juga juga termasuk foto atau video yang dibagikan oleh seseorang secara waktu nyata, hal tersebut dapat memungkinkan seseorang berbagi informasi apa saja yang sedang terjadi disekitarnya.

Ada banyak jenis dari media sosial, salah satunya adalah *microblogging*. *Microblogging* ini sama dengan jurnal yang diterbitkan secara *online* atau *blog*, *microblogging* adalah jenis media sosial yang memberikan fitur kepada penggunanya untuk menulis dan menyebarluaskan aktivitas serta apa yang sedang dipikirkannya. Kemunculan *Twitter* dapat dilihat secara sejarah berdasarkan kehadiran jenis media sosial ini.

Twitter hanya menyediakan tempat tertentu atau hanya menyediakan maksimal 140 karakter saja setiap kali pengguna mengetikkan sesuatu. Konsep tersebut dapat dikatakan sama dengan *microblogging*. Sama dengan media sosial lainnya, di *Twitter* pengguna dapat menjalin koneksi dengan pengguna lainnya, menyebarkan informasi, mempromosikan sudut pandang hingga membahas isu yang sedang ramai diperbincangkan pada waktu itu juga

sehingga bisa menjadi bagian dari *trending topic* tersebut dengan cara juga ikut berkicau (twit) menggunakan tagar tertentu.

2. Akun SM_NCT

Akun SM_NCT memiliki sekitar 90 ribu *followers* di Twitter, akun ini terbentuk pada tahun 2015. Hal tersebut menunjukkan bahwa akun media sosial bukan hanya digunakan untuk menambah jaringan pertemanan saja, namun juga dapat digunakan untuk memperlihatkan adanya budaya penggemar (*fandom*) yang muncul.

Penggemar atau *fandom* merupakan hal yang sebelumnya banyak dijumpai di dunia luring. Grup musik, klub bola, acara televisi maupun bioskop dapat menjadi pemicu munculnya seseorang sebagai penggemar. Khususnya di internet (media sosial), budaya penggemar ini dapat dilihat dari perspektif pengguna dan perangkat teknologi. Dari sudut pandang pengguna, media sosial adalah media yang dapat mempertemukan penggemar dengan idola. Akun SM_NCT terbentuk karena adanya perbedaan bahasa yang digunakan oleh idola dan juga untuk selalu update informasi terkait dari idola tersebut. *Followers* akun SM_NCT dapat mengakses informasi-informasi yang diupdate oleh idola mereka di akun SM_NCT dalam bentuk *translate* ke dalam bahasa Inggris.

Gambar 4. 1 Screenshoot akun SM_NCT



Sumber: Twitter

Sedangkan dalam sudut pandang teknologi, menggunakan media sosial dapat menjadi sarana untuk mendapatkan keuntungan karena adanya budaya penggemar. Adanya kemajuan teknologi seperti berkembangnya media sosial memberikan kecepatan informasi di antara para penggemar.



B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini karakteristik responden yang diamati yaitu jenis kelamin dan Negara asal dari setiap responden yang dikelompokkan di bawah ini:

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	<i>Female</i>	90	90%
2	<i>Prefer Not To Say</i>	6	6%
3	<i>Male</i>	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer.

Berdasarkan tabel di atas dapat diamati bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 4 orang dengan persentase 4%, jenis kelamin perempuan berjumlah 90 orang dengan persentase 90% dan yang memilih untuk tidak mengatakan jenis kelaminnya berjumlah 6 orang dengan persentase 6%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan adalah yang terbanyak.

b. Responden Berdasarkan Asal Negara

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Asal Negara

No	Asal Negara	Frekuensi	Persentase
1	Indonesia	25	25%
2	Filipina	18	18%
3	Malaysia	11	11%
4	USA	7	7%
5	Jerman	4	4%
6	Argentina	4	4%
7	Brazil	3	3%
8	Singapura	3	3%
9	Peru	3	35
10	Thailand	2	2%
11	Meksiko	2	2%
12	Australia	2	2%
13	Prancis	2	2%
14	India	2	2%
15	Arab Saudi	2	2%
16	China	1	1%
17	Korea Selatan	1	1%
18	Iraq	1	1%
19	Hong Kong	1	1%
20	Spanyol	1	1%
21	Moldavia	1	1%
22	Bosnia Dan Herzegovina	1	1%

23	Jepang	1	1%
24	Polandia	1	1%
25	Ukraina	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer.

Dapat diamati pada tabel di atas terdapat 25 negara yang berbeda. Jumlah responden tertinggi adalah Negara Indonesia dengan persentase 25% dengan jumlah orang ialah 25. Posisi kedua terbanyak yaitu Negara Filipina dengan persentase 18% dengan jumlah 18 orang responden. Selanjutnya yang ketiga berasal dari Negara Malaysia dengan banyak responden ialah 11 orang dengan persentase 11%. Posisi keempat ialah Negara USA dengan jumlah responden 7 orang dengan persentase 7%.

Selanjutnya berdasarkan tabel dengan jumlah responden 4 orang atau dengan persentase 4% ditempati oleh dua Negara yaitu Jerman dan Argentina. Dengan jumlah responden 3 orang atau persentase 3% ditempati oleh tiga Negara yaitu Brazil, Singapura dan Peru. Jumlah responden 2 orang (Thailand, Meksiko, Australia, Prancis, India dan Arab Saudi) dengan persentase 2%. Yang terakhir dengan jumlah responden 1 orang (China, Korea Selatan, Iraq, Hong Kong, Spanyol, Moldavia, Jepang, Polandia, Bosnia dan Herzegovina, dan Ukraina) dengan persentase 1%.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan keakuratan pernyataan responden terhadap variabel penelitian yang diidentifikasi dalam penelitian ini.

Tabel 4. 3 Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Anxiety & Uncertainty</i>	Item 1	0,256	0,256	Valid
	Item 2	0,425	0,256	Valid
	Item 3	0,657	0,256	Valid
	Item 4	0,435	0,256	Valid
	Item 5	0,306	0,256	Valid
	Item 6	0,536	0,256	Valid
	Item 7	0,512	0,256	Valid
	Item 8	0,430	0,256	Valid
	Item 9	0,601	0,256	Valid
	Item 10	0,410	0,256	Valid
	Item 11	0,474	0,256	Valid
	Item 12	0,396	0,256	Valid
	Item 13	0,452	0,256	Valid
	Item 14	0,377	0,256	Valid
	Item 15	0,538	0,256	Valid
	Item 16	0,456	0,256	Valid
	Item 17	0,493	0,256	Valid
	Item 18	0,359	0,256	Valid

Item 19	0,534	0,256	Valid
Item 20	0,646	0,256	Valid
Item 21	0,604	0,256	Valid
Item 22	0,382	0,256	Valid
Item 23	0,354	0,256	Valid
Item 24	0,386	0,256	Valid
Item 25	0,386	0,256	Valid

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas dapat diamati bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, dengan demikian semua item pernyataan dari variabel anxiety & uncertainty dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Data

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur penelitian (kuesioner). Penelitian ini menggunakan koefisien cronbach's alpha dengan kriteria nilai 0,60. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	$\alpha \geq$	Keterangan
Anxiety&Uncertainty	0,843	0,60	Reliable/Handal

Sumber: Pengolahan Data Primer dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas, dasar pengambilan keputusan apakah alat ukur reliable atau tidak yaitu nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Dalam penelitian ini nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,843, sehingga dapat dikatakan alat ukur penelitian ini reliable atau handal.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah H_a diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan menggunakan *one sample t-test*, dimana pengambilan keputusan berdasarkan apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka H_a ditolak dan apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka H_a diterima. Berikut hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan *one sample t-test*:

Tabel 4. 5 Pengujian Hipotesis
One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
TOTAL	89.889	99	.000	91.130	89.12	93.14

Sumber: Pengolahan Data Primer dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,000. Selanjutnya berdasarkan tabel di atas dapat dilihat t_{hitung} lebih dari (t_{tabel}) 1,06639 yaitu sebesar 89,889. maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.

4. Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian yang memiliki variabel tunggal atau mandiri yaitu *anxiety & uncertainty*. *Anxiety & uncertainty* merupakan kecemasan dan ketidakpastian yang terjadi selama proses komunikasi antara

dua orang atau lebih. Analisis deskriptif jawaban responden terkait variabel *anxiety & uncertainty* yang dikelompokkan berdasarkan dimensinya di bawah ini:

- a. Konsep diri
- b. Motivasi berinteraksi
- c. Reaksi terhadap orang asing
- d. Kategori sosial
- e. Proses situasional
- f. Koneksi dengan orang asing
- g. Etika berinteraksi

Di bawah ini tabel tanggapan dari responden terhadap variabel *anxiety & uncertainty* dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Dimensi Konsep Diri

Dimensi	S T S	T S	N et	S S	S S	N S	Skor	Rata- Rata	Kategori
a. Konsep Diri									
Item 1									
Saya mengetahui batasan kemampuan saya dalam berkomunikasi	0	1	19	49	31	100	410	82%	Sangat Baik
Item 2									
Saya percaya diri terhadap kemampuan berkomunikasi yang saya miliki	2	24	33	28	13	100	326	65,2%	Baik

Item 3									
Saya dan follower SM_NCT lain saling berinteraksi	15	25	33	23	4	100	276	55,2%	Cukup Baik
Item 4									
SM_NCT menyediakan dukungan sosial bagi saya	3	8	34	38	17	100	358	71,6%	Baik
Total Skor Tanggapan Responden							1370	68,5%	Baik
Total Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden									
Kriteria Jawaban Responden									

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa item 1 dengan pernyataan responden, saya mengetahui batasan kemampuan saya dalam berkomunikasi mendapat skor 410 dengan rata-rata 82%. Item 2 dengan pernyataan responden, saya percaya diri terhadap kemampuan berkomunikasi yang saya miliki mendapat skor 326 dengan rata-rata 65,2%. Item 3 dengan pernyataan responden, saya dan follower SM_NCT lain saling berinteraksi mendapat skor 276 dengan rata-rata 55,2%. Item 4 dengan pernyataan responden, SM_NCT menyediakan dukungan sosial bagi saya mendapat skor 358 dengan rata-rata 71,6%.

Berdasarkan data pada tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa nilai indeks yang paling tertinggi yaitu item 1, sebesar 82% yang dikategorikan sangat baik, dengan pernyataan dari responden saya mengetahui batasan kemampuan saya dalam berkomunikasi. Dari keseluruhan sub-indikator yang dikelompokkan

dalam dimensi konsep diri di atas, dengan total nilai rata-rata 68,5% yang dikategorikan baik.

Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Dimensi Motivasi Berinteraksi

Dimensi	S T S	T S	N et	S S	S S	N	Skor	Rata- Rata	Kategori
b. Motivasi Berinteraksi									
Item 5 Saya memprediksi perilaku seseorang ketika berinteraksi	0	10	21	53	16	100	375	75%	Baik
Item 6 Saya menegaskan kemampuan yang saya miliki ketika berinteraksi	2	12	25	50	11	100	356	71,2%	Baik
Item 7 Saya menyatakan dengan benar tentang diri sendiri ketika berinteraksi	1	6	27	53	13	100	371	74,2%	Baik
Total Skor Tanggapan Responden							1102	73,4%	Baik
Total Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden									
Kriteria Jawaban Responden									

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa item 5 dengan pernyataan responden, saya memprediksi perilaku seseorang ketika berinteraksi mendapat skor 375 dengan rata-rata 75%. Item 6 dengan pernyataan responden, saya menegaskan kemampuan yang saya miliki ketika berinteraksi mendapat skor

356 dengan rata-rata 71,2%. Item 7 dengan pernyataan responden, saya menyatakan dengan benar tentang diri sendiri ketika berinteraksi mendapat skor 371 dengan rata-rata 74,2%.

Berdasarkan tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa nilai indeks yang tertinggi terdapat pada item 5, sebesar 75% yang dikategorikan baik, dengan pernyataan dari responden saya memprediksi perilaku seseorang ketika berinteraksi. Dari keseluruhan sub-indikator yang dikelompokkan ke dalam dimensi motivasi berinteraksi di atas, dengan total nilai rata-rata 73,4% yang dikategorikan baik.

Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Dimensi Reaksi Terhadap Orang Asing

Dimensi	S T S	T T S	N et	S S	S S	N	Skor	Rata- Rata	Kategori
c. Reaksi Terhadap Orang Asing									
Item 8 Saya menunjukkan empati dengan melihat dari sudut pandang orang lain	0	1	11	50	38	100	425	85%	Sangat Baik
Item 9 Saya ikut berperan dalam menjaga hubungan	0	15	38	35	12	100	344	68,8%	Baik
Item 10 Saya bisa mentoleransi ketidakjelasan situasi ketika berinteraksi	0	15	36	41	8	100	342	68,4%	Baik
Item 11 Saya menerima adanya perbedaan makna/arti lain dalam	0	1	9	53	37	100	426	85,2%	Sangat Baik

berkomunikasi									
Total Skor Tanggapan Responden							1537		
Total Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden								76,85%	
Kriteria Jawaban Responden									Baik

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa item 8 dengan pernyataan responden, saya menunjukkan empati dengan melihat dari sudut pandang orang lain mendapat skor 425 dengan rata-rata 85%. Item 9 dengan pernyataan responden, saya ikut berperan dalam menjaga hubungan mendapat skor 344 dengan rata-rata 68,8%. Item 10 dengan pernyataan responden, saya bisa mentoleransi ketidakjelasan situasi ketika berinteraksi mendapat skor 342 dengan rata-rata 68,4%. Item 11 dengan pernyataan responden, saya menerima adanya perbedaan makna/arti lain dalam berkomunikasi mendapat skor 426 dengan rata-rata 85,2%.

Berdasarkan tabel 4.8, dapat disimpulkan bahwa nilai indeks tertinggi terdapat pada item 11, sebesar 85,2% yang dikategorikan sangat baik, dengan pernyataan dari responden saya menerima adanya perbedaan makna/arti lain dalam berkomunikasi. Dari keseluruhan sub-indikator yang dikelompokkan ke dalam dimensi reaksi terhadap orang asing di atas, dengan total nilai rata-rata 76,85% yang dikategorikan baik.

Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Dimensi Kategori Sosial

Dimensi	S T S	T S	N et	S S	S S	N N	Skor	Rata- Rata	Kategori
d. Kategori Sosial									
Item 12 Saya dan follower SM_NCT memiliki ketertarikan yang sama	0	3	17	49	31	100	408	81,6%	Sangat Baik
Item 13 Saya merasa memiliki kepribadian yang sama dengan follower SM_NCT	5	20	47	24	4	100	302	60,4%	Baik
Item 14 Saya mengelompokkan orang dalam kategori untuk berbagi identitas	7	30	30	23	10	100	292	58,4%	Cukup Baik
Total Skor Tanggapan Responden							1002	66,8%	Baik
Total Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden									
Kriteria Jawaban Responden									

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa item 12 dengan pernyataan responden, saya dan follower SM_NCT memiliki ketertarikan yang sama mendapat skor 408 dengan rata-rata 81,6%. Item 13 dengan pernyataan responden, saya merasa memiliki kepribadian yang sama dengan follower SM_NCT mendapat skor 302 dengan rata-rata 60,4%. Item 14 dengan

pernyataan responden, saya mengelompokkan orang dalam kategori untuk berbagi identitas mendapat skor 292 dengan rata-rata 58,4%.

Berdasarkan data pada tabel 4.9, dapat disimpulkan bahwa nilai indeks tertinggi terdapat pada item 12, sebesar 81,6% yang dikategorikan sangat baik, dengan pernyataan responden saya dan followers SM_NCT memiliki ketertarikan yang sama. Dari keseluruhan sub-indikator yang dikelompokkan ke dalam dimensi kategori sosial di atas, dengan total nilai rata-rata 66,8% yang dikategorikan baik.

Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Dimensi Proses Situasional

Dimensi	S T S	T S	N et	S S	S S	N	Skor	Rata- Rata	Kategori
e. Proses Situasional									
Item 15 Saya bekerjasama dengan follower lain untuk mencapai tujuan bersama	5	15	29	38	13	100	339	67,8%	Baik
Item 16 Saya berusaha menciptakan suasana yang positif disetiap interaksi	0	1	10	48	41	100	429	85,8%	Sangat Baik
Item 17 Saya menjadikan kelebihan sebagai daya tarik	1	6	40	38	15	100	360	72%	Baik
Item 18 Saya meningkatkan	4	21	30	31	14	100	330	66%	Baik

kemampuan agar memiliki kelebihan dari orang lain									
Total Skor Tanggapan Responden							1458	72,9%	Baik
Total Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden									
Kriteria Jawaban Responden									

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa item 15 dengan pernyataan responden, saya bekerjasama dengan follower lain untuk mencapai tujuan bersama mendapat skor 339 dengan rata-rata 67,8%. Item 16 dengan pernyataan responden, saya berusaha menciptakan suasana yang positif disetiap interaksi mendapat skor 429 dengan rata-rata 85,8%. Item 17 dengan pernyataan responden, saya menjadikan kelebihan sebagai daya tarik mendapat skor 360 dengan skor 72%. Item 18 dengan pernyataan responden, saya meningkatkan kemampuan agar memiliki kelebihan dari orang lain mendapat skor 330 dengan rata-rata 66%.

Berdasarkan data pada tabel 4.10, dapat disimpulkan bahwa nilai indeks tertinggi terdapat pada item 16, sebesar 85,8% yang dikategorikan sangat baik, dengan pernyataan responden saya berusaha menciptakan suasana yang positif disetiap interaksi. Dari keseluruhan sub-indikator yang dikelompokkan ke dalam dimensi proses situasional di atas, dengan total nilai rata-rata 72,9% yang dikategorikan baik.

Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Dimensi Koneksi Dengan Orang Asing

Dimensi	S T S	T S	N et	S S	S S	N N	Skor	Rata- Rata	Kategori
f. Koneksi Dengan Orang Asing									
Item 19 Saya memiliki kemampuan dalam menarik perhatian ketika berinteraksi	6	12	33	42	7	100	332	66,4%	Baik
Item 20 Saya sering berinteraksi dengan follower lain	18	24	31	23	4	100	271	54,2%	Cukup Baik
Item 21 Saya memiliki hubungan yang akrab karena sering berinteraksi	19	25	37	15	4	100	260	52%	Cukup Baik
Total Skor Tanggapan Responden							863	57,5%	Cukup Baik
Total Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden									
Kriteria Jawaban Responden									

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa item 19 dengan pernyataan responden, saya memiliki kemampuan dalam menarik perhatian ketika berinteraksi mendapat skor 332 dengan rata-rata 66,4%. Item 20 dengan pernyataan responden, saya sering berinteraksi dengan follower lain mendapat skor 271 dengan rata-rata 54,2%. Item 21 dengan pernyataan responden, saya

memiliki hubungan yang akrab karena sering berinteraksi mendapat skor 260 dengan rata-rata 52%.

Berdasarkan data pada tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa nilai indeks tertinggi terdapat pada item 19, sebesar 66,4% yang dikategorikan baik, dengan pernyataan responden saya memiliki kemampuan dalam menarik perhatian ketika berinteraksi. Dari keseluruhan sub-indikator yang dikelompokkan ke dalam dimensi koneksi dengan orang asing di atas, dengan total nilai rata-rata 57,5% yang dikategorikan cukup baik.

Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Dimensi Etika Berinteraksi

Dimensi	S T S	T T S	N et	S S	S S	N	Skor	Rata- Rata	Kategori
g. Etika Berinteraksi									
Item 22 Saya menjaga hak seseorang untuk dihargai	0	1	8	44	47	100	437	87,4%	Sangat Baik
Item 23 Saya selalu bersikap sopan kepada siapapun	0	0	4	30	66	100	462	92,4%	Sangat Baik
Item 24 Saya memahami adanya perbedaan setiap hal dengan orang lain	0	0	3	29	68	100	465	93%	Sangat Baik
Item 25 Saya memiliki sikap pengertian kepada orang lain	0	2	10	41	47	100	433	86,6%	Sangat Baik

Total Skor Tanggapan Responden	1797		
Total Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden		89,85%	
Kriteria Jawaban Responden			Sangat Baik

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa item 22 dengan pernyataan responden, saya menjaga hak seseorang untuk dihargai mendapat skor 437 dengan rata-rata 87,4%. Item 23 dengan pernyataan responden, saya selalu bersikap sopan kepada siapapun mendapat skor 462 dengan rata-rata 92,4%. Item 24 dengan pernyataan responden, saya memahami adanya perbedaan setiap hal dengan orang lain mendapat skor 465 dengan rata-rata 93%. Item 25 dengan pernyataan responden, saya memiliki sikap pengertian kepada orang lain mendapat skor 433 dengan rata-rata 86,6%. Berdasarkan data pada tabel 4.12, dapat disimpulkan bahwa nilai indeks tertinggi terdapat pada item 24, sebesar 93% yang dikategorikan sangat baik, dengan pernyataan responden saya memahami adanya perbedaan setiap hal dengan orang lain. Dari keseluruhan sub-indikator yang dikelompokkan ke dalam dimensi etika berinteraksi di atas, total nilai rata-rata sebesar 89,85% yang dikategorikan sangat baik.

Tabel 4. 13 Rata-Rata dan Kriteria Jawaban Responden

Variabel	Dimensi	Rata-Rata Jawaban Responden	Kriteria Jawaban Responden
<i>Anxiety & Uncertainty</i>	a. Konsep Diri	68,5%	Baik
	b. Motivasi Berinteraksi	73,4%	Baik
	c. Reaksi Terhadap Orang Asing	76,85%	Baik
	d. Kategori Sosial	66,8%	Baik
	e. Proses Situasional	72,9%	Baik
	f. Koneksi Dengan Orang Asing	57,5%	Cukup Baik
	g. Etika Berinteraksi	89,85%	Sangat Baik
Total		72,25%	Baik

Sumber: Pengolahan Data Primer.

Berdasarkan tabel rata-rata jawaban responden di atas dapat diamati bahwa dimensi konsep diri mendapat total rata-rata jawaban responden sebesar 68,5% dan kriteria jawaban responden baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa follower SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* berdasarkan dimensi konsep diri sebesar 68,5% dan sebesar 31,5% diluar dimensi konsep diri. Dimensi motivasi berinteraksi mendapat total rata-rata jawaban responden 73,4% dan kriteria jawaban responden baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa follower SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* berdasarkan dimensi motivasi berinteraksi sebesar 73,4% dan sebesar 26,6% diluar dimensi motivasi berinteraksi.

Dimensi reaksi terhadap orang asing mendapat total rata-rata jawaban responden 76,85% dan kriteria jawaban responden baik. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa follower SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* berdasarkan dimensi reaksi terhadap orang asing sebesar 76,85% dan sebesar 23,15% diluar dimensi reaksi terhadap orang asing. Dimensi kategori sosial mendapat total rata-rata jawaban responden sebesar 66,8% dan kriteria jawaban responden baik. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa follower SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* berdasarkan dimensi kategori sosial sebesar 66,8% dan sebesar 33,2% diluar dimensi kategori sosial. Dimensi proses situasional mendapat total rata-rata jawaban responden 72,9% dan kriteria jawaban responden baik. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa follower SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* berdasarkan dimensi proses situasional sebesar 72,9% dan sebesar 27,1% diluar dimensi proses situasional. Dimensi koneksi dengan orang asing mendapat total rata-rata jawaban responden 57,5% dan kriteria jawaban responden cukup baik. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa follower SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* berdasarkan dimensi koneksi dengan orang asing sebesar 57,5% dan sebesar 42,5% diluar dimensi koneksi dengan orang asing. Dimensi etika berinteraksi mendapat total rata-rata jawaban responden 89,85% dan kriteria jawaban responden sangat baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa follower SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* sebesar 89,85% dan sebesar 10,15% diluar dimensi etika berinteraksi.

Berdasarkan data pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa total rata-rata variabel *anxiety & uncertainty* sebesar 72,25%, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa follower SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* dan sebesar 27,75% diluar variabel *anxiety & uncertainty*.

C. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian identitas responden pada follower akun SM_NCT di twitter yang merupakan sampel penelitian, bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan adalah yang terbanyak yang berjumlah 90 orang dengan persentase 90%, sedangkan laki-laki berjumlah 4 orang dengan persentase 4% dan selebihnya memilih untuk tidak mengatakan yang berjumlah 6 orang dengan persentase 6%. selanjutnya responden berdasarkan asal Negara, jumlah 3 terbanyak yaitu responden yang pertama berasal dari Negara Indonesia berjumlah 25 orang dengan persentase 25%, kedua Filipina berjumlah 18 orang dengan persentase 18%, dan yang ketiga Malaysia berjumlah 11 orang dengan persentase 11%.

Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan *one sample t-test*, hipotesis kerja/alternative (H_a) yang merupakan anggapan dasar peneliti dapat diterima yaitu menjadi follower SM_NCT dapat mengelola *anxiety & uncertainty* dalam berkomunikasi. pengambilan keputusan ini berdasarkan hasil dari nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05 dan t_{hitung} lebih dari (t_{tabel}) 1,06639 yaitu sebesar 89,889.

Dimensi koneksi dengan orang asing memiliki rata-rata kategori jawaban dari responden yaitu cukup baik, ini juga dapat dilihat pada pernyataan responden pada item 21 bahwa mereka cukup memiliki hubungan yang akrab antara satu dengan yang lainnya. Sehingga kategori jawaban responden yang cukup baik tersebut dapat dikatakan memiliki nilai yang cukup memadai untuk membantu seseorang dalam mengelola kecemasan dan ketidakpastian ketika berinteraksi. Kita cenderung tertarik dengan seseorang yang memiliki kesamaan dengan diri kita. Dengan adanya kesamaan menjadi daya tarik antar sesama, daya tarik juga dapat dilihat dari bagaimana bentuk komunikasi yang digunakan. Menggunakan bentuk komunikasi informal dan bahasa yang santai dapat membantu seseorang dalam mengelola kecemasan dan ketidakpastiannya. Namun dalam pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian juga dilihat berdasarkan dimensi-dimensi yang lain. Dimensi yang memiliki nilai tertinggi yaitu dimensi etika berinteraksi. Dalam berinteraksi etika berinteraksi merupakan hal yang wajib diterapkan. Sebagai sesama manusia kita harus saling menghormati dan memperlakukan seseorang sesuai dengan harkat dan martabatnya. Dalam penelitian ini dimensi etika berinteraksi memiliki rata-rata kategori jawaban dari responden yaitu sangat baik. Dimana dalam pelaksanaannya follower SM_NCT menerapkan etika berinteraksi dengan sangat baik. Hal tersebut juga dapat dilihat pada pernyataan responden item 23 bahwa follower SM_NCT selalu bersikap sopan kepada siapapun.

Dimensi-dimensi lain memperoleh nilai rata-rata yang dikategorikan baik, yang diantaranya yaitu yang pertama dimensi konsep diri. Dimensi ini membahas tentang bagaimana kita melihat diri sendiri dan membentuk identitas dalam kehidupan social. Dimensi ini memiliki nilai tertinggi pada item 1, dimana follower SM_NCT mengetahui kemampuan dari diri mereka sendiri dalam berkomunikasi. Follower SM_NCT mengenal kemampuan dan mengetahui batasan yang dimiliki oleh dirinya sendiri dalam berkomunikasi dengan orang lain. Mereka juga menyediakan dukungan social bagi satu sama lain. Dengan demikian dimensi ini memberikan kontribusi nilai yang baik untuk follower SM_NCT dalam mengelola kecemasan dan ketidakpastiannya dalam berinteraksi. Kedua yaitu dimensi motivasi berinteraksi. Upaya dalam mengelola kecemasan dan ketidakpastian juga didasarkan pada dimensi ini, kita harus memiliki motivasi dalam berinteraksi dengan orang lain. Seringkali kita berusaha memprediksi perilaku seseorang untuk menilai apakah perilaku mereka masuk akal bagi diri kita. Apabila perilaku mereka dapat diperkirakan, maka hal tersebut dapat membantu kita dalam mengelola kecemasan dan ketidakpastian yang kemungkinan akan timbul ketika kita mulai berinteraksi dengan orang asing.

Upaya dalam mengelola kecemasan dan ketidakpastian juga didasarkan pada dimensi yang ketiga, yaitu dimensi reaksi terhadap orang asing. Pada dimensi ini membahas tentang bagaimana kita mau menunjukkan rasa empati

dan memiliki kemauan dalam mengubah perilaku kepada orang asing. Hal tersebut dapat dilihat pada penelitian ini dimana hasil yang diperoleh yaitu item 8 dan item 11 memiliki kategori jawaban dari responden sangat baik. Follower SM_NCT dapat menunjukkan rasa empati mereka dengan melihat dari sudut pandang lain, juga mereka dapat menerima dengan sangat baik adanya perbedaan makna atau arti lain dalam proses komunikasi. Dalam pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian follower SM_NCT memiliki ketertarikan yang sama dalam hal tertentu. Ketika kita merasa memiliki ketertarikan yang sama dengan seseorang, hal tersebut dapat membantu diri kita untuk mengurangi rasa kecemasan dan ketidakpastian dalam berkomunikasi. Kita dapat melakukan percakapan yang sekiranya dapat diterima dengan baik. Hal tersebut sesuai dengan dimensi yang keempat yaitu kategori social yang mendapat nilai rata-rata baik dan juga terdapat pada item 12 yang mana item tersebut memperoleh nilai rata-rata sangat baik.

Upaya pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian yang kelima yaitu berdasarkan dimensi proses situasional. Pada dimensi ini follower SM_NCT berusaha untuk menciptakan suasana yang positif disetiap interaksi antara satu sama lain. Dengan adanya suasana yang positif dan santai komunikasi yang terjadi dapat berjalan dengan efektif. Dalam proses situasional kita juga perlu meningkatkan kemampuan dari diri kita sendiri, yang mana apabila kita mengetahui dan merasa memiliki kelebihan dari seseorang dapat menjadikan

diri kita lebih percaya diri ketika berinteraksi dengan orang lain dan hal tersebut dapat membantu dalam mengurangi rasa kecemasan dan ketidakpastian ketika kita sedang berinteraksi dengan orang asing.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian (*Anxiety and Uncertainty Management Theory*) dalam kondisi berinteraksi dengan seseorang yang memiliki latarbelakang budaya yang berbeda. Dalam suatu lingkup kebudayaan, seseorang selalu berusaha menciptakan suasana yang positif untuk mengurangi rasa kecemasan dan ketidakpastian yang kemungkinan akan timbul ketika berinteraksi dengan orang asing terutama pada tahap awal interaksi tersebut terjadi. Dalam suatu kondisi seseorang juga perlu mengenal dirinya sendiri untuk mengetahui batasan-batasan kemampuan yang dimiliki serta dapat menjadi pengukur apakah kita memiliki kelebihan dari orang lain. Selalu memperhatikan lingkungan sosial untuk dapat menganalisis kebiasaan dari orang-orang yang mungkin secara kebetulan dapat menjadi lawan bicara kita dan bagaimana seseorang mendapatkan informasi terkait orang asing yang kemungkinan akan berinteraksi dengan diri sendiri. Apabila kita dapat mengenal diri sendiri dengan baik dan dapat memprediksi orang lain berdasarkan kebudayaannya cukup tepat maka kecemasan dan ketidakpastian tersebut akan menurun dan kita dapat mengharapkan komunikasi yang ada berjalan secara efektif. Pengalaman serta menjalin persahabatan dengan orang asing yang berasal dari

budaya yang berbeda juga dapat meningkatkan kepercayaan diri ketika bertemu dengan seseorang yang baru dari kelompok budaya yang lain.

Pada penelitian sebelumnya (Afriyanti Diana & Eduard Lukman, 2018) diketahui bahwa perbedaan latar belakang (usia, jenis kelamin, agama, dll) dan budaya seseorang menimbulkan rasa keterasingan sehingga kecemasan dan ketidakpastian dalam berkomunikasi dapat terjadi. Pada penelitian tersebut juga mengatakan factor yang paling berpengaruh dalam menimbulkan kecemasan dan ketidakpastian berkomunikasi adalah koneksi dengan orang asing. Hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian ini dimana terdapat perbedaan jenis kelamin dan asal Negara yang beragam, hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan koneksi dengan orang asing yang paling berpengaruh dimana dipenelitian ini koneksi dengan orang asing memiliki nilai rata-rata yang paling rendah sebesar 57,5%.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan *anxiety* & *uncertainty follower* SM_NCT komunikasi bermedia *follower* akun SM_NCT. Dalam penelitian ini hanya terdapat satu variable yaitu variable *anxiety* dan *uncertainty*. Berdasarkan hasil penelitian dengan jumlah sampel yang digunakan yaitu berjumlah 100 responden dan dianalisis menggunakan SPSS versi 21, maka dapat disimpulkan bahwa dalam hubungan antara sesama *follower* SM_NCT terjalin komunikasi lintas budaya yang disebabkan adanya perbedaan latarbelakang budaya, yang mana *follower* berasal dari berbagai Negara yang berbeda. Perbedaan budaya tersebut memungkinkan terciptanya rasa kecemasan dan ketidakpastian ketika akan berinteraksi dengan *follower* lain. Kecemasan dan ketidakpastian tersebut harus dikelola dengan baik agar setidaknya interaksi yang terjalin berjalan dengan baik.

Faktor yang memengaruhi timbulnya rasa kecemasan dan ketidakpastian yaitu koneksi dengan orang asing yang hanya memiliki nilai cukup baik. *Follower* SM_NCT perlu meningkatkan interaksi satu sama lain dan memiliki hubungan yang akrab untuk memperkecil rasa kecemasan dan ketidakpastian yang kemungkinan akan muncul dalam proses berkomunikasi. *Follower* SM_NCT juga perlu menerapkan indikator lain untuk mengurangi kecemasan

dan ketidakpastian dalam berkomunikasi yang diantaranya konsep diri, motivasi berinteraksi, reaksi terhadap orang asing, kategori sosial, proses situasional, koneksi dengan orang asing, dan etika berinteraksi dalam berkomunikasi melalui media sosial.

B. Saran

- 1) Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak serta dapat mengembangkan lebih luas lagi dalam penggunaan teori *Anxiety & Uncertainty Management* untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.
- 2) Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi, pengembangan serta penambah wawasan baru terkait hasil yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardial. 2014. *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana: Jakarta.
- Budyatna, Muhammad. 2015. *Teori Komunikasi Antarpribadi Sebuah Pengantar*. Prenadamedia Group: Jakarta.
- _____. 2015. *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antar-Pribadi*. Prenadamedia Group: Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pt Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Effendi, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Pt Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Griffin, Em. 2012. *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education(Asia): Singapore.
- Kriyanto, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenada Media Group: Jakarta.
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar-Personal*. Kencana: Jakarta.
- Littlejohn, Stephen W, dan Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika: Jakarta.
- Morisson. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana: Jakarta.
- _____. 2016. *Statistic Sosial*. Kencana: Jakarta.

Nasrullah, Rulli. 2014. *Komunikasi Antarbudaya: Di Era Budaya Siberia*. Kencana: Jakarta.

_____. 2016. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenada Media Group: Jakarta.

_____. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.

Ngalimun. 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Pustaka Baru Press: Yogyakarta.

Panacova, Renata. 2020. *Theories Of Intercultural Communication*. Kosice: Universitas Pavel Jozef, Fakultas Seni Rupa.

Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, Dan Aplikasi*. Pt Rineka Cipta: Jakarta.

Siregar, Syofian. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenada Media Group: Jakarta.

Suryani dan Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Prenada Media Group: Jakarta.

Turner, Lynn H, Richard West. 2011. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. Salemba Humanika: Jakarta.

Yusuf, Muri. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media Group: Jakarta.

Jurnal

Afriyanti Diana, Eduard Lukman. 2018. Pengelolaan Kecemasan Dan Ketidakpastian Dalam Komunikasi Antarbudaya Antara Auditor Dan Auditee. *J.Komunikasi Indonesia*. 7(1):99-108.

Anggraeni Anita, Cynantia Rachmijati. 2017. Aplikasi Pemahaman Lintas Budaya (*Crosscultural Understanding*) Dalam Pembelajaran *Speaking* Untuk Mengatasi Kecemasan Berbicara (*Speaking Anxiety*) Pada

Mahasiswa Semester 2 Program Studi Bahasa Inggris STKIP Siliwangi.
J.Ilmiah. 4(2):32-39.

Utami Lusia Savitri Setyo. 2015. Teori-Teori Adaptasi Antarbudaya.
J.Komunikasi. 7(2):180-197.

Vania Rosalin Irmanto, Fandy Tjiptono. 2013. Motivasi dan Perilaku
Penggemar K-Pop di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Modus*. 23(1):1-25.

Weksi Budiaji. 2013. Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert.
J.Ilmiah Pertanian Dan Perikanan. 2(2):128-133.

Wulung Lingga Angling, Ignatius Agung Satyawan. 2019. Pengelolaan
Manajemen Kecemasan Dan Ketidakpastian Pengemudi Di Taksi
Daring. *Research Fair Unisri*. 3(1):456-462.

Internet

https://twitter.com/SM_NCT

nct-jp.net

wk/putr. (2019, Aug 23). *Inilah 10 negara dengan K-Pop stan terbesar tahun
2019 berdasarkan data youtube, ada Indonesia?.*
Wowkeren.com:online. Diakses pada September 2020