



Uji Validitas Reliabilitas Analisis Hubungan Estetika Visual "Enhypen Dark Blood Concept" Trailer di Youtube dengan Loyalitas Penggemar Kpop

Analyze Visual Esthetic Relationship "Enhypen Dark Blood Concept" Trailer On Youtube By Kpop Fan Loyalty

Naira Arifaizah Wallad^{1*}, Hadiyanto²

¹ Komunikasi Digital dan Media, Ilmu Komunikasi, Sekolah Vokasi IPB University

*Corresponding author**: naira.arifaizah018@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menguji validitas dan reliabilitas instrumen untuk menganalisis hubungan antara estetika visual dalam trailer *ENHYPEN Dark Blood Concept* di YouTube dan loyalitas penggemar K-pop. Fenomena yang diteliti adalah pentingnya estetika visual dalam membangun loyalitas penggemar, yang tidak hanya bergantung pada konsumsi produk, tetapi juga pada keterikatan emosional melalui visual. Metode kuantitatif digunakan dengan penyebaran kuesioner daring kepada komunitas penggemar ENHYPEN. Hasil uji validitas menunjukkan semua item valid, dengan nilai $r\text{-hitung} > 0,423$, dan reliabilitas diuji dengan Cronbach's Alpha yang menghasilkan nilai 0,941. Temuan ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan akurat dan konsisten untuk mengukur kedua variabel. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan instrumen di bidang komunikasi visual dan budaya digital penggemar.

Kata Kunci: Estetika Visual; Komunikasi Visual; Loyalitas Penggemar; Sinematografi; Validitas Dan Reliabilitas

Abstract

This study tests the validity and reliability of an instrument to analyze the relationship between visual aesthetics in the ENHYPEN Dark Blood Concept trailer on YouTube and K-pop fan loyalty. The phenomenon studied is the importance of visual aesthetics in building fan loyalty, which relies not only on product consumption but also on emotional attachment through visuals. A quantitative method was used by distributing online questionnaires to ENHYPEN fan communities. Validity tests showed all items were valid, with $r > 0.423$, and reliability was tested using Cronbach's Alpha, which resulted in 0.941. These findings indicate that the instrument is accurate and consistent in measuring both variables. This study contributes to the development of instruments in visual communication and digital fan culture.

Keyword: Cinematography; Fan Loyalty; Reliability And Validity; Visual Aesthetics; Visual Communication

PENDAHULUAN

Revolusi teknologi telah menghadirkan transformasi signifikan dalam cara manusia berkomunikasi, menciptakan dimensi baru dalam proses penyampaian dan pertukaran pesan antara sesama (Pohan dan Fitria, 2021). Salah satu bentuk komunikasi yang berkembang pesat adalah komunikasi visual, yang kini menjadi bahasa universal melalui kombinasi elemen seperti gambar, warna, tipografi, dan desain. Kehadiran media sosial dan platform digital, seperti YouTube, telah memperkuat peran komunikasi visual sebagai instrumen strategis yang efektif dalam membangun koneksi emosional dengan audiens.

Teknologi komunikasi juga menghadirkan dimensi baru melalui media audio visual, yang mengintegrasikan unsur pendengaran dan penglihatan dalam satu kesatuan pesan yang utuh. Media ini membantu menjelaskan ide-ide kompleks secara intuitif dan menarik (Rahma dan Mutiaz, 2020). Dalam konteks ini, estetika visual menjadi fondasi penting, ditopang oleh elemen seperti cahaya, warna, ruang 2D dan 3D, gerak, serta suara (Varlina dan Syaunyah, 2024).

Sinematografi, sebagai bentuk nyata dari estetika audio visual, memungkinkan penyusunan narasi melalui gambar bergerak dengan pengolahan komposisi visual yang mendalam (Anjaya dan Deli, 2020). Estetika audio visual dan sinematografi merupakan dua aspek yang saling memperkuat dalam menyampaikan cerita dan emosi secara visual. Contoh konkret penerapan estetika ini terlihat dalam trailer *ENHYPEN "Dark Blood"* yang dirilis pada 30 April 2023 di kanal YouTube HYBE LABELS dan disutradarai oleh Yu Kwang Goeng. Trailer berdurasi 8 menit 11 detik ini menampilkan berbagai teknik visual seperti low-key lighting, dynamic camera movement, dan color grading gelap yang menciptakan atmosfer misterius. YouTube sebagai media distribusi konten terbukti sangat efektif dalam menyampaikan informasi dan membentuk citra visual (Candra, 2022; Suharsono dan Nurahman, 2024). Dalam industri K-pop, loyalitas penggemar merupakan elemen kunci dalam keberlangsungan karier artis. Loyalitas tidak hanya berupa konsumsi produk, tetapi juga keterikatan emosional dan partisipasi aktif dalam komunitas (Meliala, 2024). Konten visual yang menarik secara estetis diyakini mampu memperkuat hubungan emosional tersebut. Namun, dalam upaya mengkaji hubungan antara estetika visual dan loyalitas penggemar, penting untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur kedua variabel tersebut memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Uji validitas diperlukan untuk memastikan bahwa kuesioner benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur, sedangkan uji reliabilitas diperlukan untuk menjamin konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan berulang (Janna dan Herianto, 2021). Instrumen yang tidak valid atau tidak reliabel dapat menghasilkan data yang tidak akurat, yang pada akhirnya akan menurunkan kualitas dan kepercayaan terhadap hasil penelitian. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana uji validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan untuk mengukur hubungan antara estetika visual dan loyalitas penggemar. Oleh karena itu, selain menganalisis hubungan antara estetika visual dan loyalitas penggemar dalam trailer *ENHYPEN Dark Blood*, penelitian ini juga secara khusus melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen pengumpulan data. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan memberikan kontribusi yang kuat bagi literatur akademik di bidang komunikasi visual dan studi fandom.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur hubungan antara persepsi estetika visual dalam *ENHYPEN Dark Blood Concept Trailer* dan loyalitas penggemar K-pop. Penelitian dilakukan dalam dua tahap utama: pengembangan dan pengujian instrumen (kuesioner), serta uji validitas dan reliabilitas sebagai fokus utama dalam menjamin ketepatan dan konsistensi alat ukur. Validitas digunakan untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur aspek yang dimaksud (estetika visual dan loyalitas), sedangkan reliabilitas menguji konsistensi instrumen ketika digunakan pada situasi yang berbeda atau diulang.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator yang telah ditentukan dari teori Mayer (2018) untuk variabel estetika visual, dan teori Mays (2012) untuk variabel loyalitas penggemar. Kuesioner dibagikan secara daring menggunakan Google Form kepada penggemar ENHYPEN yang merupakan anggota komunitas di platform media sosial Twitter/X. Responden menjawab pernyataan dengan skala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju – Sangat Setuju).

Kuesioner terdiri dari 25 butir pertanyaan yang mencakup 3 indikator estetika visual: *visual simplicity*, *visual contrast*, dan *visual self-similarity*, serta 3 indikator loyalitas penggemar: *dukungan aktif*, *komitmen emosional*, dan *kesetiaan jangka panjang*. Kuesioner ini diuji terlebih dahulu kepada 22 responden sebagai sampel uji coba sebelum digunakan dalam penelitian utama.

Penelitian dilakukan secara daring dari kediaman peneliti di Bogor, Jawa Barat, dengan responden dari komunitas penggemar ENHYPEN yang tersebar secara nasional. Proses pengumpulan data dan uji validitas-reliabilitas dilaksanakan pada bulan Maret hingga April 2025. Data hasil pengisian kuesioner uji coba dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS untuk melakukan Uji Validitas dengan teknik korelasi Pearson Product Moment, di mana setiap item pertanyaan dikorelasikan dengan skor total variabel. Kriteria validitas: nilai signifikansi (p -value) < 0,05 dinyatakan valid (Janna dan Herianto, 2021). Uji Reliabilitas menggunakan rumus Cronbach's Alpha, yang mengukur konsistensi internal antar item dalam satu variabel. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai alpha $\geq 0,7$ (Janna dan Herianto, 2021). Instrumen yang lolos uji validitas dan reliabilitas kemudian digunakan untuk penelitian utama. Hasil uji ini menjadi dasar bahwa instrumen yang digunakan layak sebagai alat ukur dalam menganalisis hubungan antara estetika visual dan loyalitas penggemar secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas instrumen digunakan untuk mengetahui sejauh mana pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dituju secara tepat. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 25 pernyataan, seluruh butir memiliki nilai *r-hitung* lebih besar dari *r-tabel* (0,423), yang menunjukkan bahwa semua item adalah valid (Janna dan Herianto, 2021). Tabel 1. Menunjukkan hasil distribusi presentase jawaban responden pada masing-masing butir jawaban.

Table 1. Uji Validitas Kuesioner Analisis Hubungan Estetika Visual Enhypen Dark Blood Concept Trailer di Youtube dengan Loyalitas Penggemar

Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
P1	0,423	0,557	Valid
P2	0,423	0,676	Valid
P3	0,423	0,559	Valid
P4	0,423	0,609	Valid
P5	0,423	0,708	Valid
P6	0,423	0,468	Valid
P7	0,423	0,468	Valid
P8	0,423	0,609	Valid
P9	0,423	0,624	Valid
P10	0,423	0,674	Valid
P11	0,423	0,579	Valid
P12	0,423	0,461	Valid
P13	0,423	0,502	Valid
P14	0,423	0,614	Valid
P15	0,423	0,721	Valid
P16	0,423	0,739	Valid
P17	0,423	0,625	Valid
P18	0,423	0,816	Valid
P19	0,423	0,715	Valid
P20	0,423	0,765	Valid
P21	0,423	0,802	Valid
P22	0,423	0,738	Valid
P23	0,423	0,826	Valid
P24	0,423	0,826	Valid
P25	0,423	0,738	Valid

Validitas yang tinggi di seluruh item kuesioner mengindikasikan bahwa setiap pernyataan mampu merepresentasikan indikator-indikator dari dua variabel utama yang diteliti: estetika visual dan loyalitas penggemar. Hal ini konsisten dengan rekomendasi dari Janna dan Herianto (2021), yang menyatakan bahwa nilai *r-hitung* yang melebihi *r-tabel* merupakan bukti sah bahwa instrumen tersebut valid.

Validitas butir yang kuat memungkinkan peneliti mengukur secara tepat tiga indikator utama dalam estetika visual (Visual Simplicity, Visual Contrast, dan Visual Self-Similarity sebagaimana dikembangkan oleh Mayer, 2018) serta indikator loyalitas penggemar yang terdiri atas dukungan aktif, komitmen emosional, dan kesetiaan jangka panjang (Mays, 2012).

Tabel 2. Menampilkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk mengetahui konsistensi internal antar butir dalam satu konstruk. Hasil uji menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,941, yang jauh di atas nilai ambang batas minimal 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item dalam kuesioner memiliki reliabilitas yang sangat tinggi (Janna dan Herianto, 2021).

Table 2. Uji Reabilitas Kuesioner Analisis Hubungan Estetika Visual Enhypen Dark Blood Concept Trailer di Youtube dengan Loyalitas Penggemar

Statistik	Nilai
Cronbach's Alpha	0,941
Jumlah Item	25

Nilai reliabilitas sebesar 0,941 mengindikasikan bahwa seluruh item dalam instrumen memiliki konsistensi jawaban yang stabil apabila digunakan berulang kali. Dengan demikian, jika kuesioner ini digunakan pada waktu yang berbeda atau oleh responden serupa di lain kesempatan, maka hasilnya tetap dapat diandalkan. Keandalan ini sangat krusial karena instrumen digunakan untuk menilai persepsi subjektif terhadap aspek visual—yang secara alamiah dapat dipengaruhi oleh preferensi personal. Nilai alpha tinggi ini memastikan bahwa variasi persepsi yang diukur benar-benar mencerminkan variasi pada konstruk, bukan karena ketidakkonsistenan item pengukuran.

Dengan hasil validitas dan reliabilitas yang memadai, instrumen ini dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara persepsi estetika visual dan loyalitas penggemar terhadap trailer *ENHYPEN Dark Blood Concept*. Estetika visual, melalui elemen visual yang konsisten dan emosional, memiliki potensi besar dalam membentuk persepsi positif dan membangun ikatan psikologis yang kuat antara idola dan penggemarnya.

Dalam konteks fandom K-pop, loyalitas penggemar sangat erat kaitannya dengan visual branding yang konsisten dan memikat. Konten seperti trailer *Dark Blood* bukan sekadar materi promosi, tetapi juga bagian dari pengalaman emosional yang membangun keterikatan melalui sinematografi dan simbolisme visual. Visual Simplicity yang jelas dan tidak membingungkan, kontras visual yang menonjolkan pesan penting, serta konsistensi estetika sepanjang narasi vampir, semuanya berkontribusi dalam memperkuat hubungan antara idola dan penggemar.

Dengan adanya alat ukur yang tervalidasi dan andal, penelitian ini memiliki dasar kuat untuk melanjutkan ke tahap analisis hubungan antara kedua variabel utama. Temuan dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam bidang komunikasi visual dan praktis dalam strategi konten pemasaran digital K-pop, di mana trailer berdurasi singkat dapat menjadi penggerak loyalitas yang substansial.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur hubungan antara estetika visual dalam trailer *Enhypen Dark Blood Concept* dan loyalitas penggemar K-pop bersifat valid dan reliabel. Seluruh item kuesioner memiliki nilai *r-hitung* lebih besar dari *r-tabel*, dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,941 menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi. Hasil ini sejalan dengan tujuan penelitian untuk menghasilkan alat ukur yang sah dan konsisten dalam konteks komunikasi visual dan budaya fandom.

Menjawab rumusan masalah, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item kuesioner valid, dengan nilai *r-hitung* melebihi ambang batas *r-tabel* yang sebesar 0,423, yang mengindikasikan bahwa instrumen ini mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat. Selain itu, hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha sebesar 0,941 menunjukkan konsistensi yang sangat tinggi antara item-item dalam satu konstruk, yang menguatkan bahwa instrumen ini dapat diandalkan untuk pengukuran berulang atau di

masa depan.

Kelebihan penelitian ini terletak pada integrasi teori estetika dan loyalitas dengan pendekatan kuantitatif yang sistematis. Namun, keterbatasan terletak pada jumlah responden uji validitas yang masih terbatas, serta cakupan yang hanya menjangkau komunitas daring lokal. Untuk pengembangan selanjutnya, instrumen ini dapat diuji pada populasi yang lebih luas secara internasional, serta dikembangkan dengan menambahkan variabel lain seperti interaksi parasosial atau persepsi naratif. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan praktis bagi industri kreatif dalam merancang konten visual yang tidak hanya menarik tetapi juga membangun keterikatan emosional dan loyalitas jangka panjang penggemar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjaya A, Deli. 2020. Studi Perbedaan Komposisi Pada Sinematografi dan Efek Yang Dihasilkan. *Conf Business, Soc Sci Innov Technol*. 1(1):604–612. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>.
- Asrulla, Risnita, Jailani MS, Jeka F. 2023. Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *J Pendidik Tambusai*. 7(3):26320–26332.
- Cafirma R. 2024. Visual Attraction of K-Pop: A Correlational Study on Visual Aspects of K-Pop Music Videos. *J Student Res*. 13(1):1–15. doi:10.47611/jsrhs.v13i1.6188.
- Candra MF. 2022. Efektivitas YouTube sebagai media promosi program studi ilmu komunikasi Fisip UNPAS. *Linimasa J Ilmu Komun*. 5(2):231–236.
- Choi HJ. 2024. Do K-Pop Consumers' Fandom Activities Affect Their Happiness, Listening Intention, and Loyalty? *Behav Sci (Basel)*. 14(12). doi:10.3390/bs14121136.
- Hakim RM, Fatoni A. 2020. PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE DAN INTERAKSI ANTARSOSIAL TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA PUTRI (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du). *Scriptura*. 10(1):15–23. doi:10.9744/scriptura.10.1.15-23.
- Isti Pujihastuti. 2010. Isti Pujihastuti Abstract. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelit*. 2(1):43–56.
- Janna NM, Herianto. 2021. Artikel Statistik yang Benar. *J Darul Dakwah Wal-Irsyad*.(18210047):1–12.
- Jasmine Alya Pramesthi, Riandra Fahrezi R, Pradana Y. 2024. Fan Loyalty, Event Marketing dan Pengaruhnya terhadap Brand Image. *Commun Sph*. 4(1):39–56. doi:10.55397/cps.v4i1.112.
- Lukman VR, Abidin Z, Budhiharti TW. 2024. Interaksi Parasosial di Media Sosial X dan Perilaku Loyalitas bagi NCTzen Indonesia. *Innov J Soc Sci Res*. 4(3):14308–14319.
- Ma Z, Song L, Zhou J, Chong W, Xiong W. 2022. How Do Comeback Korean Pop Performers Acquire Audience Empathetic Attachment and Sustained Loyalty? Parasocial Interactions Through Live Stream Shows. *Front Psychol*. 13 March. doi:10.3389/fpsyg.2022.865698.
- Maheswari AAD, Aditya IGNAK, Pramestisari NAS. 2024. Pengaruh Perilaku Konsumtif Komunitas Penggemar NCT (NCTzen Bali) Terhadap Loyalitas Sebagai Penggemar. *Socio-political Commun Policy Rev*. 1(4):1–8. doi:10.61292/shkr.133.
- Maulidia A, Aransyah MF. 2023. Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan pada pembelian Merchandise K-Pop melalui Group Order. *J-MAS (Jurnal Manaj dan Sains)*. 8(1):1022. doi:10.33087/jmas.v8i1.1026.

- Mayer S, Landwehr JR. 2018. Quantifying visual aesthetics based on processing fluency theory: Four algorithmic measures for antecedents of aesthetic preferences. *Psychol Aesthetics, Creat Arts*. 12(4):399–431. doi:10.1037/aca0000187.
- Mays J. 2012. Fan Loyalty and Motivation. *Fan Loyal Cust Loyal Psychol Asp*. 1(1):36. doi:10.34917/3254258.
- Meliala YH, Islami DI, Salsabila NZ. 2024. Pengaruh Parasosial Terhadap Loyalitas Fans Dalam Komunitas Nctzen Di DKI Jakarta. *J Cyber PR*. 4(1):16–28. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>.
- MOHAMAD N. 2020. Understanding the Influence of Media Richness in Developing Customer Trust, Commitment and Loyalty. *J Bus Soc Dev*. 8(2). doi:10.46754/jbsd.2020.09.003.
- Nurwahyuni FJ, Yuliana N. 2024. Pengaruh Estetika Visual dalam Video Musik K-Pop Aespa Terhadap Persepsi Merek di Kalangan Gen-Z. *Mister J Multidiscip Inq Sci*. 1(3b):802.
- Pohan, Desi Damayani; Fitria US. 2021. Jenis-Jenis Komunikasi. *Digit Commun over Fading Channels*. 2:45–79. doi:10.1002/0471715220.ch3.
- Sitepu RI. 2022. Pertanggungjawaban pidana terhadap pelanggaran hak cipta sinematografi di aplikasi telegram. 4(1).
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suharsono JP, Nurahman D. 2024. Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Peningkatan Pelayanan Dan Informasi. *Ganaya J Ilmu Sos dan Hum*. 7(1):298–304. doi:10.37329/ganaya.v7i1.3157.
- Tauhid K, Oktavian ; | Reza. 2024. Persepsi Mahasiswa Kota Bogor Terhadap Visualisasi Postingan Akun Instagram @Cretivox. 3:1893–1910. <https://shorturl.at/uEGJ7>.
- Thamrin H, Tower AUBM, Sutera A, Jalur J, Bar S, Kav N, Tim P. 2024. Pengaruh Estetika Visual dan Personal Branding Terhadap Social Currency Content Creator TikTok di Indonesia. (3).
- Varlina V, Syauqiyah PK. 2024. Analisis Film Midsommar Berdasarkan Perspektif Estetika Media dan Etika Visual. *J SASAK Desain Vis dan Komun*. 6(1):231–248. doi:10.30812/sasak.v6i1.3964.
- Wirdah LW, Winarto W, Hambalah F. 2023. Analisis Relationship Marketing dalam Peningkatan Loyalitas Komunitas Penggemar Idola K-Pop. *INOBISS J Inov Bisnis dan Manaj Indones*. 6(3):359–370. doi:10.31842/jurnalinobis.v6i3.283.
- Yunita G. 2022. Pengaruh Desain Komunikasi Visual Estetika Dalam Daya Beli Konsumen Di Media Sosial. *J Dasarrupa Desain dan Seni Rupa*. 4(2):1–5. doi:10.52005/dasarrupa.v4i2.138.