

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA PAPARAN BUDAYA K-POP DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA KELAS 11 SMA NEGERI 1 CANGKRINGAN

Evriliana Ari

Bimbingan dan Konseling

Universitas Sanata Dharma

2026

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui tingkat paparan budaya K-Pop pada remaja di SMA Negeri 1 Cangkringan. 2) Mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada remaja di SMA Negeri 1 Cangkringan. 3) Menganalisis serta mengetahui ada tidaknya hubungan antara paparan budaya K-Pop dengan perilaku konsumtif pada remaja. 4) Mengidentifikasi item pengukuran paparan budaya K-Pop yang memiliki capaian skor tinggi. 5) Mengidentifikasi item pengukuran perilaku konsumtif yang memiliki capaian skor tinggi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain korelasional. Subjek pada penelitian ini adalah siswa-siswi kelas XI SMA Negeri 1 Cangkringan yang berjumlah 48 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner skala paparan budaya K-Pop dengan 34 item valid yang memiliki indeks reliabilitas *Alpha Cronbach* sebesar 0,980 dan skala perilaku konsumtif dengan 27 item valid yang memiliki indeks reliabilitas *Alpha Cronbach* sebesar 0,962. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif untuk kategorisasi tingkat variabel dan analisis korelasi *Pearson Product Moment* untuk menguji hipotesis hubungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Remaja memiliki tingkat paparan budaya K-Pop pada kategori rendah dan sedang, masing-masing sebesar 31,25% (15 siswa). 2) Remaja memiliki tingkat perilaku konsumtif pada kategori sangat rendah dan rendah, dengan presentase 35,42% (17 siswa) dan 33,33% (16 siswa). 3) Analisis capaian skor Item menunjukkan bahwa sebagian besar item pada skala paparan budaya K-Pop berada pada kategori rendah 91,18% (31 siswa), sementara pada skala perilaku konsumtif juga didominasi kategori rendah 48,15% (13 siswa). 4) Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara paparan budaya K-Pop dengan perilaku konsumtif dengan koefisien korelasi sebesar 0,375. Semakin tinggi paparan budaya K-Pop, semakin tinggi pula perilaku konsumtif, dan sebaliknya.

Kata Kunci: Paparan Budaya K-Pop, Perilaku Konsumtif, Remaja.

ABSTRACT

**THE RELATIONSHIP BETWEEN K-POP CULTURAL EXPOSURE AND
CONSUMER BEHAVIOR AMONG ELEVENTH-GRADE STUDENTS AT
SMA NEGERI 1 CANGKRINGAN.**

Evriliana Ari

Guidance and Counseling

Sanata Dharma University

2026

This study aims to: 1) Determine the level of exposure to K-Pop culture among adolescents at Cangkringan State High School 1; 2) Determine the level of consumerist behavior among adolescents at Cangkringan State High School 1; 3) Analyze and determine whether there is a relationship between exposure to K-Pop culture and consumerist behavior among adolescents. 4) Identify measurement items for exposure to K-Pop culture that yield high scores. 5) Identify measurement items for consumerist behavior that yield high scores.

This study is a quantitative study with a correlational design. The subjects of this study were 48 eleventh-grade students at State High School 1 Cangkringan. Data were collected using a K-Pop cultural exposure scale questionnaire with 34 valid items and a Cronbach's alpha reliability index of 0.980, and a consumer behavior scale with 27 valid items and a Cronbach's alpha reliability index of 0.962. The data analysis techniques used were descriptive statistics for categorizing variable levels and Pearson Product Moment correlation analysis to test the relationship

The results of the study indicate that: 1) Adolescents exhibited low and moderate levels of exposure to K-Pop culture, at 31.25% (15 students) and 31.25% (15 students), respectively. 2) Adolescents exhibited very low and low levels of consumerist behavior, at 35.42% (17 students) and 33.33% (16 students), respectively. 3) Analysis of item scores indicates that the majority of items on the K-Pop cultural exposure scale fall into the low category (91.18%, or 31 students), while the consumptive behavior scale is also dominated by the low category (48.15%, or 13 students). 4) This study demonstrates that there is a positive and significant relationship between K-Pop cultural exposure and consumer behavior, with a correlation coefficient of 0.375. The higher the K-Pop cultural exposure, the higher the consumer behavior, and vice versa.

Keywords: *Exposure to K-Pop Culture, Consumer Behavior, Adolescents.*