SULTAN ADAM: JURNAL HUKUM DAN SOSIAL
DOI: https://doi.org/10.71456/sultan.v4i1.1697

INTENSITAS MUSIK ROMANTIS SPOTIFY DAN GAYA BERPAKAIAN NONVERBAL MAHASISWA

The Intensity of Listening to Romantic Music on Spotify and Students' Nonverbal Dressing Style

Raisa Kayla Amini[1*]

Ali Alamsyah Kusumadinata[2]

Sukarelawati[3]

[*1-3] Universitas Djuanda 1, Bogor, Jawa Barat, Indonesia

*email: rkaylaamini@gmail.com

Lisensi:CC-BY

Abstrak

Perkembangan media digital, khususnya *platform streaming* musik, telah mengubah cara individu mengonsumsi musik sebagai bagian dari ekspresi diri. Musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi yang memengaruhi kondisi emosional dan perilaku. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas mendengarkan musik romantis di Spotify terhadap gaya berpakaian sebagai bentuk komunikasi nonverbal pada mahasiswa Universitas Pakuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang dipilih melalui proportional stratified sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana, uji korelasi, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas mendengarkan musik romantis dan gaya berpakaian berada dalam kategori baik. Secara statistik, intensitas mendengarkan musik romantis berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya berpakaian dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,012, korelasi 0,624, dan kontribusi sebesar 39%. Temuan ini menegaskan bahwa musik romantis berperan dalam membentuk ekspresi nonverbal individu melalui gaya berpakaian. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan kajian konsumsi musik digital dengan komunikasi nonverbal dalam konteks mahasiswa.

Kata Kunci:
Gaya Berpakaian
Komunikasi Nonverbal
Musik Romantis
Spotify

Keywords:
Dressing Style
Nonverbal Communication
Romantic Music
Spotify

Abstract

The development of digital media, particularly music streaming platforms, has transformed how individuals use music as a form of self-expression. Music serves not only as entertainment but also as a communication medium that influences emotions and behavior. This study aims to analyze the effect of the intensity of listening to romantic music on Spotify on clothing style as a form of nonverbal communication among Pakuan University students. This research uses a quantitative approach with a survey method involving 100 respondents selected through proportional stratified sampling. Data were analyzed using simple linear regression, correlation, and coefficient of determination. The results show that both variables are in the good category. Statistically, the intensity of listening to romantic music has a positive and significant effect on clothing style, with a regression coefficient of 1.012, a correlation of 0.624, and a contribution of 39%. These findings highlight the role of romantic music in shaping nonverbal expression through clothing. The novelty lies in integrating digital music consumption with nonverbal communication in a student context.

Submit Tgl.: 15-April-2026	Diterima Tgl.: 16-April-2026	Diterbitkan Tgl.: 17-April-2026

PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah mentransformasi praktik komunikasi menjadi lebih interaktif, cepat, dan tidak terbatas oleh ruang serta waktu. Komunikasi melalui media digital tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk sikap dan perilaku individu dalam kehidupan sosial (Kusumadina, 2015).

Kehadiran media baru (new media) dengan karakteristik digitalisasi, interaktivitas, dan konvergensi mendorong individu, khususnya generasi muda, untuk mengekspresikan identitas dan preferensi personal melalui berbagai platform digital (Luik, 2020; Utami, 2021; Watie, 2011). Dalam konteks ini, media digital menjadi ruang penting dalam proses konstruksi identitas dan ekspresi diri.

Salah satu manifestasi perkembangan media baru adalah hadirnya platform streaming musik digital, seperti Spotify, yang menawarkan pengalaman mendengarkan musik secara personal dan terkurasi. Musik tidak sekedar dimaknai sebagai sarana hiburan, melainkan juga sebagai alat komunikasi yang dapat menyampaikan pesan emosional dan sosial kepada para pendengarnya (Sukarelawati et al., 2025). Melalui unsur-unsur musikal seperti lirik, melodi, dan ritme, musik memiliki kemampuan untuk memengaruhi suasana hati, membentuk pengalaman emosional, serta menjadi sarana ekspresi perasaan yang tidak selalu dapat diungkapkan secara verbal (Cahya & Sukendro, 2022; Shaleha, 2019).

Dalam perkembangannya, intensitas konsumsi musik digital mengalami peningkatan signifikan, terutama di kalangan generasi muda. Spotify menjadi salah satu platform yang dominan digunakan oleh kelompok usia 18–25 tahun, yang sebagian besar merupakan mahasiswa (Populix, 2024; IDN Media, 2023). Tingginya intensitas mendengarkan musik menunjukkan adanya keterlibatan emosional yang kuat antara individu dan musik yang dikonsumsi, yang pada akhirnya berpotensi memengaruhi perilaku serta cara individu mengekspresikan dirinya dalam kehidupan sosial (Julia et al., 2025). Dalam hal ini, musik romantis sebagai genre yang sarat dengan muatan emosi seperti cinta, kedekatan, dan kerinduan menjadi relevan untuk dikaji karena kedekatannya dengan pengalaman emosional individu (Rustandi et al., 2020).

Dalam perspektif komunikasi, pengalaman emosional yang dipicu oleh konsumsi musik tidak berhenti pada ranah internal, tetapi berpotensi termanifestasi dalam bentuk ekspresi simbolik yang dapat diamati. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa preferensi musik berkaitan dengan proses pembentukan identitas diri dan cara individu menampilkan dirinya dalam lingkungan sosial (Rahmasari & Purwaningtyas, 2022). Salah satu bentuk ekspresi tersebut adalah gaya berpakaian yang dipahami sebagai komunikasi nonverbal artifaktual, yaitu penyampaian makna melalui pakaian dan penampilan fisik (Fakhrunnisa, 2016). Gaya berpakaian tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai representasi identitas, suasana hati, serta citra diri individu dalam interaksi sosial (Rakhmat & Surjaman, 2001).

Meskipun kajian mengenai pengaruh musik terhadap aspek emosional dan psikologis sudah banyak dikaji, namun mayoritas studi masih menitikberatkan pada pengaruh internal individu, seperti perubahan suasana hati dan kondisi afektif (Hidayat, 2016; Shaleha, 2019). Padahal, musik sebagai medium komunikasi memiliki potensi untuk memengaruhi cara individu mengekspresikan dirinya dalam kehidupan sosial (Sukarelawati et al., 2025). Namun demikian, kajian yang mengaitkan pengalaman emosional akibat konsumsi musik dengan bentuk ekspresi simbolik dalam komunikasi nonverbal, seperti gaya berpakaian, masih relatif terbatas (Rahmasari & Purwaningtyas, 2022). Di sisi lain, perkembangan media digital juga telah mendorong individu untuk menampilkan identitas diri melalui berbagai bentuk ekspresi visual dan simbolik (Utami, 2021), tetapi keterkaitan antara konsumsi musik digital khususnya musik romantis di platform seperti Spotify dengan ekspresi tersebut belum banyak dieksplorasi secara spesifik (Julia et al., 2025; Rustandi et al., 2020). Dengan demikian, dibutuhkan kajian lebih mendalam untuk menelaah hubungan antara pengalaman emosional akibat konsumsi musik digital dengan ekspresi identitas melalui komunikasi nonverbal.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas mendengarkan musik romantis di Spotify terhadap gaya berpakaian sebagai bentuk komunikasi nonverbal pada mahasiswa Universitas Pakuan. Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kontribusi teoritis dalam kajian komunikasi, terutama terkait hubungan antara konsumsi media digital, pengalaman emosional, dan ekspresi identitas, serta memperkaya kajian mengenai komunikasi nonverbal dalam konteks budaya digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui metode survei guna menguji hubungan sebab-akibat antara intensitas mendengarkan musik romantis di *Spotify* (X) dan gaya berpakaian sebagai komunikasi nonverbal (Y). Pendekatan kuantitatif digunakan karena dapat mengukur variabel secara objektif berbasis data numerik dan analisis statistik (Sugiyono, 2023; Wajdi et al., 2024). Metode survei diterapkan untuk mengumpulkan data dari sampel populasi menggunakan kuesioner terstruktur, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan (Mardhiyah et al., 2025).

Populasi dalam penelitian mencakup seluruh mahasiswa Universitas Pakuan sebanyak 17.834 orang (PDDIKTI, 2025). Teknik sampeling yang digunakan adalah *probability sampling* melalui metode *proportional stratified sampling* agar setiap kelompok dalam populasi terwakili secara proporsional. Sampel penelitian dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga mengahasilkan 100 responden.

Prosedur penelitian dilakukan secara sistematis sebagai berikut: (1) penyusunan instrumen berdasarkan indikator variabel; (2) uji validitas dan reliabilitas instrumen; (3) penyebaran kuesioner kepada responden; (4) pengumpulan dan pengolahan data; serta (5) analisis data menggunakan statistik inferensial untuk menguji hipotesis (Sulhan & Januri, 2021). Instrumen penelitian menggunakan skala Likert untuk menilai tingkat intensitas (frekuensi, durasi, atensi) dan gaya berpakaian (emosi, tingkah laku, diferensiasi).

Teknik pengumpulan data mencakup dari primer dan sekunder. Data primer dihimpun melalui instrumen kuesioner yang dibagikan kepada responden, sementara data sekunder dihimpun melalui literatur berupa jurnal, buku, dan laporan resmi yang relevan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear sederhana untuk mengidentifikasi pengaruh variabel X terhadap Y, serta uji korelasi dan koefisien determinasi guna mengukur kekuatan hubungan antar variabel.

Tabel 1. Variabel, Indikator, Keterangan dan Skala Likert

Variabel	Indikator	Keterangan	Skala
Intensitas Mendengarkan Musik Romantis (X)	Frekuensi	Tingkat keseringan mendengarkan	Likert 1-5
	Durasi	Lama waktu mendengarkan	Likert 1-5
	Atensi	Tingkat perhatian dan keterlibatan	Likert 1-5
Gaya Berpakaian (Y)	Emosi	Ekspresi perasaan melalui pakaian	Likert 1-5
	Tingkah Laku	Cara menampilkan diri	Likert 1-5
	Differensiasi	Pembeda identitas diri	Likert 1-5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa intensitas mendengarkan musik romantis (X) pada mahasiswa menunjukan kategori baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,87. Indikator durasi memperoleh nilai tertinggi (3,92), diikuti oleh atensi (3,88) dan frekuensi (3,83). Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya sering mendengarkan musik romantis, tetapi juga melibatkan perhatian dan keterlibatan emosional yang cukup tinggi dalam proses mendengarkan.

Sementara itu, variabel gaya berpakaian sebagai bentuk komunikasi nonverbal (Y) juga termasuk dalam kategori baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,83. Indikator diferensiasi memperoleh skor tertinggi (4,01), diikuti oleh tingkah laku (3,89) dan emosi (3,60). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan gaya berpakaian sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas diri, membangun citra, serta membedakan diri dalam lingkungan sosial.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa intensitas mendengarkan musik romantis berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya berpakaian mahasiswa. Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

Tabel 2. Hasil Perhitungan Regresi

Coefficients

Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p
M_0	(Intercept)	38.590	0.653		59.077	< .001
M_1	(Intercept)	7.186	4.003		1.795	.076
	X	1.012	0.128	0.624	7.910	< .001

$$Y = 7{,}186 + 1{,}012X$$

Nilai koefisien regresi sebesar 1,012 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan intensitas mendengarkan musik romantis akan diikuti oleh peningkatan gaya berpakaian sebesar 1,012. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,910 dengan signifikansi p < 0,001, yang berarti pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,624 mengindikasikan bahwa hubungan kedua variabel berada pada tingkat yang cukup kuat. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,390 menunjukkan bahwa 39% variasi gaya berpakaian dapat dijelaskan oleh intensitas mendengarkan musik romantis, sedangkan 61% sebagian lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian, seperti lingkungan sosial, tren fashion, dan preferensi individu.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas mendengarkan musik romantis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya berpakaian sebagai bentuk komunikasi nonverbal. Temuan ini menegaskan bahwa konsumsi media, khususnya musik, tidak hanya berdampak pada aspek emosional, tetapi juga pada ekspresi perilaku yang tampak dalam kehidupan sosial.

Tingginya nilai pada indikator durasi dan atensi menunjukkan bahwa keterlibatan emosional memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan frekuensi. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas keterlibatan dalam mendengarkan musik, seperti lamanya waktu dan tingkat perhatian, lebih berpengaruh dalam membentuk respons individu dibandingkan sekadar intensitas frekuensi. Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang menunjukan bahwa pengalaman emosional yang dihasilkan dari musik dapat memengaruhi perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari (Julia et al., 2025).

Dalam perspektif komunikasi, musik dipahami sebagai medium yang mampu menyampaikan pesan emosional dan membentuk makna bagi pendengarnya (Sukarelawati et al., 2025). Makna tersebut kemudian diinternalisasi oleh individu dan berpotensi memengaruhi cara mereka mengekspresikan diri. Dalam konteks penelitian ini, ekspresi tersebut terwujud dalam bentuk gaya berpakaian sebagai komunikasi nonverbal.

Gaya berpakaian sebagai komunikasi nonverbal berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan identitas, suasana hati, dan citra diri individu dalam interaksi sosial (Rakhmat & Surjaman, 2001). Hal ini menunjukkan bahwa pakaian tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga simbolik, sebagai media untuk mengomunikasikan makna tertentu kepada lingkungan sosial. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa ekspresi nonverbal merupakan bagian dari proses komunikasi yang dipengaruhi oleh pengalaman internal individu.

Selain itu, dalam perspektif semiotika, media memiliki peran dalam membentuk makna yang kemudian diinterpretasikan oleh individu dan diwujudkan dalam perilaku (Fiske, 1990). Musik romantis sebagai media yang sarat dengan muatan emosional membentuk pengalaman subjektif yang kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk ekspresi visual, salah satunya melalui gaya berpakaian.

Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi sebesar 39% menunjukkan bahwa gaya berpakaian tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh intensitas mendengarkan musik. Faktor lain seperti lingkungan sosial, tren fashion, serta pengaruh media lain juga memiliki peran dalam membentuk gaya berpakaian individu. Hal ini menegaskan bahwa gaya berpakaian merupakan fenomena multidimensional yang dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas mendengarkan musik romantis memiliki kontribusi nyata dalam membentuk ekspresi diri mahasiswa melalui gaya berpakaian. Temuan ini memperkuat kajian komunikasi bahwa media, emosi, dan ekspresi nonverbal saling berkaitan dalam membentuk identitas individu dalam kehidupan sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menelaah pengaruh intensitas mendengarkan musik romantis di Spotify terhadap gaya berpakaian sebagai bentuk komunikasi nonverbal pada mahasiswa Universitas Pakuan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian telah tercapai.

Intensitas mendengarkan musik romantis yang diukur melalui indikator frekuensi, durasi, dan atensi berada dalam kategori baik, demikian pula gaya berpakaian sebagai komunikasi nonverbal yang ditinjau dari aspek emosi, tingkah laku, dan diferensiasi diri.

Dari hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensitas mendengarkan musik romantis terhadap gaya berpakaian. Semakin tinggi intensitas individu dalam mendengarkan musik romantis, maka semakin besar kecenderungan individu tersebut dalam mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian. Temuan ini menegaskan bahwa konsumsi media digital, khususnya musik, tidak hanya berpengaruh pada aspek emosional saja, tetapi juga berimplikasi pada ekspresi perilaku yang bersifat nonverbal dalam kehidupan sosial.

Selain itu, intensitas mendengarkan musik romantis memberikan kontribusi sebesar 39% terhadap variasi gaya berpakaian, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki peran yang cukup kuat, meskipun tidak menjadi satu-satunya faktor yang memengaruhi. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya berpakaian merupakan fenomena multidimensional yang juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti lingkungan sosial, tren fashion, serta preferensi individu.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat kajian komunikasi yang menempatkan musik sebagai medium yang tidak hanya menyampaikan pesan emosional, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan ekspresi identitas melalui komunikasi nonverbal. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi dasar dalam memahami perilaku generasi muda dalam mengonsumsi media digital serta mengekspresikan diri melalui penampilan. Ke depan, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan variabel lain serta menggunakan pendekatan kualitatif guna menggali makna subjektif yang lebih mendalam terkait hubungan antara musik, emosi, dan ekspresi diri.

REFERENSI

Cahya, S. L. A., & Sukendro, G. G. (2022). Musik sebagai Media Komunikasi Ekspresi Cinta (Analisis Semiotika Lirik Lagu "Rumah ke Rumah" Karya Hindia). *Koneksi*, *6 Nomor 2*.

Fakhrunnisa, M. (2016). Gaya Busana Sebagai Media Pembentukan Identitas Musik White Shoes and the Coupeles Company. *Acta Diurna*, *5*(1). http://www.academia.edu/6416449/Fashion_Sebagai_Alat_Bahasa;

Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies*. Routledge.

Hidayat, Z. (2016). Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Konsumsi Media Masyarakat. *Jurnal Komunikologi*, *13 Nomor 2*, 59.

Julia, J., Supriyadi, T., Sobirjonovna, U. M., Qahramonovna, R. M., Smatillayevna, J. M., Rustam Qizi, Y. L., & Komiljon Kizi, S. A. (2025). Music Consumption Patterns and Their Relationship With Emotional Well-being Among University Students. *Personality and Individual Differences*, *246*, 113375. https://doi.org/10.1016/j.paid.2025.113375

Kusumadina, A. (2015). Proses Enkulturasi Dalam Budaya Entas-Entas, Praswala Gara, Dan Pujan Kapat (Sistem Sosial Lokal:Antar Etnis Kabupaten Probolinggo). *Jurnal Komunikatio*, *1*(1).

Luik, J. (2020). *Media Baru (Sebuah Pengantar)*. www.prenadamedia.com

Mardhiyah, Dinilhaq, N. A., Amelia, Y., Arini, A., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Memahami Perbedaan, Implikasi, dan Strategi Pemilihan yang Tepat. *Katalis Pendidikan : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Matematika*, *2*(2), 208–218. https://doi.org/10.62383/katalis.v2i2.1670

Rahmasari, K., & Purwaningtyas, M. P. F. (2022). Diri yang Diperluas: Identitas Anak Muda dalam Konsumsi Musik Pengguna Spotify Indonesia. *Jurnal Riset Komunikasi*, *5*(2), 187–206. https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.548

Rakhmat, Jalaluddin., & Surjaman, Tjun. (2001). *Psikologi komunikasi*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

Rustandi, A., Triandy, R., & Harmaen, D. (2020). Analisis Semiotika Makna Kerinduan Pada Lirik Lagu "Hanya Rindu" Karya Andmesh Kamaleng. *Jurnal Metabasa*, *2*(2). https://id.wikipedia.org/wiki/Andmesh_Kamaleng

Shaleha, R. R. A. (2019). Do Re Mi: Psikologi, Musik, dan Budaya. *Buletin Psikologi*, *27*(1), 43. https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.37152

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sukarelawati, Ruhimat, & Siam, R. C. (2025). Resiliensi Pesan Dalam Lirik Lagu "Birth" JKT48 (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya*.

Utami, A. H. (2021). Media Baru dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media Dalam Interaksi Keluarga. In *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga* (Vol. 11, Number 1).

Wajdi, F., Seplyana, D., Rumahlewang, E., Nour Halisa, N., Rusmalinda, S., Kristiana, R., Fathun Niam, M., Wahyuning Purwanti, E., Melinasari, S., & Kusumaningrum, R. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. www.freepik.com

Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, *3*(2).