

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, masyarakat Indonesia semakin akrab dengan fenomena masuknya *Korean Wave*. *Korean Wave* ditujukan kepada gelombang penyebaran budaya Korea secara mendunia yang dimulai dari Asia Timur pada tahun 1990-an, dan mulai menyebar luas ke Amerika Serikat, Amerika Latin, Timur Tengah, dan sebagian Eropa (Ravina, 2009: 1). *Korean wave* memang telah dipersiapkan untuk dipasarkan ke dunia internasional sejalan dengan adanya dukungan penuh dari pemerintah sejak masa pemerintahan Presiden Kim Dae Jung (1993-1998) yang slogan politiknya adalah “*Creation of the New Korea*”. Dengan kata lain, Pemerintah Korea ingin menghapus citra bangsa yang tradisional dan membuat citra nasional yang lebih baru dan modern. Lalu, pada awal tahun 2000-an, setelah krisis finansial yang melanda kawasan Asia di tahun 1997, Pemerintah Korea mulai menargetkan ekspor budaya populer Korea sebagai bentuk inisiatif pelaksanaan sektor perekonomian baru. Mantan Presiden Kim mendirikan *Basic Law for the Cultural Industry Promotion* pada tahun 1999 dengan mengalokasikan dana senilai 1,4 triliun rupiah untuk mengembangkan dan menyebarluaskan budaya populer Korea melalui cara-cara inovatif dengan menggabungkan budaya tradisional mereka dengan budaya modern (Sung Sang Yeon dalam Meidita, 2013: 4).

Sejak pertama drama Korea diimpor keluar pada tahun 1993, dengungan tentang budaya pop Korea di sekitar negara-negara Asia telah dengan ajaib meningkat dan secara signifikan menembus mereka beberapa tahun kemudian, dan pada tahun 2000 sampai 2002, gelombang Korea bergerak cepat ke berbagai daerah Asia, termasuk Asia Tenggara dan Asia Tengah (Hyejung dalam Sue Jin Lee, 2011: 86). Seperti yang telah disebutkan oleh Hyejung bahwa gelombang Korea bergerak cepat ke berbagai daerah di Asia termasuk Asia Tenggara, maka Indonesia adalah salah satu negara yang terkena gelombang Korea tersebut.

Fenomena *Korean Wave* ini dimulai dari drama Korea atau yang biasa disebut dengan K-Drama. Kemudian perlahan berkembang juga K-Pop atau *Korean Pop* yang banyak digemari oleh anak muda Indonesia. Setelah banyaknya tanggapan baik yang diterima oleh K-Drama dan K-Pop, di Indonesia mulai muncul K-Show atau *Korean Show* yang menampilkan beragam tayangan televisi Korea, salah satu jenis K-Show tersebut adalah *Korean Variety Show*. Bentuk *variety show* Korea bermacam-macam, mulai dari obrolan santai dengan beragam topik hingga kolaborasi para selebritas dalam menghadapi berbagai tantangan.

Dalam penelitian ini, penulis tertarik memilih tayangan Running Man. Running Man sendiri adalah sebuah *variety show* dari Korea Selatan yang merupakan bagian dari SBS (*Seoul Broadcasting System*). Episode pertama Running Man disiarkan pada tanggal 11 Juli 2010 dan masih berjalan sampai sekarang. Setiap episode Running Man yang berdurasi 1 jam 15 menit selalu dilakukan di tempat-tempat terkenal di Korea Selatan, guna mempromosikan tempat-tempat wisata disana. Running Man memiliki ciri khas sebagai *variety show*

yang mengharuskan para member dan *guest*-nya untuk berlari dalam *show*-nya, sehingga Running Man memiliki tagline “*Don’t Walk But Run!*”. Permainan yang ditampilkan oleh Running Man juga sangat berbeda. Salah satu *game* utamanya adalah “*Rip the Name Tag*” yang merupakan ciri khas dari Running Man (<http://runnersindo.com>, diakses pada 10 November 2018 pukul 11.44).

Alasan peneliti memilih program *variety show* Running Man antara lain pertama karena Running Man mengusung konsep yang berbeda, yaitu *urban action variety show*, sebuah acara perpaduan *game show* dan *variety show* dimana ia merupakan *genre* baru yang belum pernah ada, atau sebuah acara yang difokuskan di lingkungan perkotaan. Dalam acara ini, pembawa acara dan bintang tamu setiap episodenya diberikan misi untuk memenangkan perlombaan.

Alasan kedua, *variety show* Running Man menjadi *variety show* Korea pertama dan satu-satunya yang ditayangkan di stasiun televisi nasional Indonesia. Saat ini penonton Running Man Indonesia dapat menonton program *variety show* Running Man yang ditayangkan di salah satu stasiun televisi swasta yaitu Rajawali TV dan program tersebut tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 16.00 WIB. Selain itu, hak untuk menyiarkan Running Man juga sudah dijual ke sembilan wilayah di Asia, yakni Taiwan, Thailand, China, Malaysia, Hong Kong, Jepang, Singapura, Kamboja, dan Indonesia.

Alasan ketiga, Running Man sebanyak tiga kali pernah melakukan syuting di Indonesia. Pertama kali pada 2 Juni 2014 dalam rangka ikut berpartisipasi di *Asian Dream Cup*. Acara ini merupakan sebuah pertandingan sepak bola amal

antara tim *All Stars Indonesia* melawan tim *All Stars Korea*. *All Stars* sendiri terdiri dari pemain bola internasional ternama, para aktor dan pemain *Running Man* yang ikut bermain langsung. Lalu pada hari kedua di Indonesia, mereka juga melakukan syuting di Taman Safari Indonesia yang terletak di Bogor. Syuting *Running Man* di Indonesia ini ditayangkan di episode 200.

Kemudian pada tanggal 25 Oktober 2017, untuk yang kedua kalinya *Running Man* datang kembali ke Indonesia. Kedatangan mereka kali ini adalah untuk menggelar *fanmeeting* bertajuk “*Race Start Season 2*”, di mana acara berlangsung kurang lebih 1,5 jam bertempat di Istora Senayan Jakarta dan dipromotori oleh Munial Sport Group. Dengan demikian program *variety show* *Running Man* menjadi program *variety show* Korea pertama yang datang melakukan *fanmeeting* di Indonesia.

Syuting *Running Man* di Indonesia selanjutnya berlangsung pada 4 September 2017, di mana dua anggota *Running Man* yaitu Lee Kwang Soo dan Jeon Somin menyambangi Yogyakarta dalam rangkaian misi *global project* “*Tour 1%*”. Keduanya melakukan misi menjajal wahana ekstrem ‘gondola manual’ di atas laut Pantai Timang yang terletak di Gunungkidul, Yogyakarta. Menariknya, berdasarkan data yang dirilis oleh Nielsen Korea, episode terbaru yang tayang pada Minggu, 1 Oktober 2017 tersebut, pada bagian pertama mencatatkan *rating* sebesar 6,1 persen dan bagian kedua 8,8 persen. *Rating* sempat menyentuh angka tertinggi 11,1 persen menjelang akhir episode, di mana terdapat cuplikan Lee Kwang Soo dan Jeon So Min menjalankan misi menaiki gondola tersebut. Pencapaian itu

menandakan perolehan *rating* tertinggi di antara jam tayangnya selama tiga minggu berturut-turut, sekaligus menunjukkan peningkatan signifikan dari beberapa minggu belakangan (<http://berita.dreamers.id/article/67294/episode-spesial-di-indonesia-dongkrak-perolehan-rating-running-man>, diakses pada 10 November 2018 pukul 15.02).

**Gambar 1**

***Rating Running Man Minggu Kesatu – Ketiga Bulan September***

	<i>~8:00 AM</i>	Sept. 3	Sept. 10	Sept. 17
SBS	Running Man [Part 1 / Part 2]	4.8%/7.7%	5.6%/7.9%	5.9%/8.2%
MBC	King of Mask Singer [Part 1 / Part 2]	6.6%/10.3%	5.9% <sup>special</sup>	5.8% <sup>special</sup>
JTBC	Hyori's Bed and Breakfast [Rerun]	1.620%	1.315%	2.250%
MBN	I'm a Natural Person [Rerun]	NR	NR	1.786%
KBS2	Return of Superman	<b>8.5%</b>	<b>10.1%</b>	special
	<i>~6:20 PM</i>			
KBS2	Happy Sunday (RoS + 1N2D combined)	---	---	<b>8.3%</b> <sup>special</sup>
SBS	Fantastic Duo 2 [Part 1]	6.7%	7.9%	6.3%
MBC	Wizard of Nowhere (오지의 마법사)	5.9%	4.3% <sup>special</sup>	4.8% <sup>special</sup>
KBS1	<sup>[M]</sup> Open Concert	4.7%	---	4.1%
JTBC	Night Goblin (밤도깨비)	1.828%	1.638%	2.788%
KBS2	1 Night 2 Days	<b>14.7%</b>	<b>15.9%</b>	special
	<i>~7:00 PM</i>			
KBS2	Happy Sunday (RoS + 1N2D combined)	---	---	<b>8.3%</b> <sup>special</sup>
SBS	Fantastic Duo 2 [Part 2]	8.6%	11.0%	8.3%

(**Sumber:** [https://www.reddit.com/r/koreanvariety/comments/70rr3f/201709110917\\_monsoon\\_variety\\_show\\_ratings\\_week\\_37/](https://www.reddit.com/r/koreanvariety/comments/70rr3f/201709110917_monsoon_variety_show_ratings_week_37/), diakses pada 10 November 2018

pukul 15.13)

Alasan terakhir kenapa peneliti memilih *variety show* Running Man adalah karena berkat popularitas Running Man di Indonesia, sekarang sudah banyak dibentuk komunitas-komunitas Runners atau *Running Man Lovers* di berbagai kota. Tidak hanya dikenal di kota-kota besar, kini juga merambah hingga ke kota-kota kecil, seperti Runners Bekasi, Runners Tasikmalaya, Runners Bogor, Runners Jambi, Runners Kupang, Runners Garut, Runners Pontianak, dan lainnya. Sedangkan Runners yang berada di kota-kota besar, di antaranya Runners Jakarta, Runners Bandung, Runners Semarang, Runners Medan, Runners Makasar, Runners Surabaya, Runners Yogyakarta, dan lainnya.

Dalam penelitian ini, media online dipilih sebagai medium menonton *variety show* Running Man alih-alih media *mainstream* seperti televisi. Hal ini berdasarkan pada pengamatan karakteristik penggemar tayangan Korea pada umumnya. Karakteristik yang dimaksud di antaranya, penonton tayangan Korea biasanya adalah anak muda yang tidak bergantung pada televisi nasional sebagai media hiburan mereka, melainkan mencari sumber lain yang memungkinkan aktivitas *streaming* secara online. Selain itu, sebagaimana yang kita tahu, televisi sangat bergantung pada iklan. Semakin tinggi *rating* sebuah acara, semakin tinggi pula jumlah iklan yang dipasang. Karakteristik penonton tayangan Korea sendiri cenderung tidak mau diganggu oleh iklan. Faktor selanjutnya, televisi Indonesia selalu terlambat dalam menayangkan episode terbaru dari tayangan Korea termasuk *variety show* Running Man, yang mana episode terbaru tersebut baru bisa disaksikan setelah beberapa bulan bahkan sampai satu tahun lebih sejak pertama kali ditayangkan di televisi Korea. Terakhir, hal yang paling mengganggu pada

tayangan Korea di televisi Indonesia adalah masalah sulih suara (*dubbing*) dan sensor. *Dubbing* dan sensor adalah dua hal yang amat sangat mengganggu karena membuat tayangan menjadi tidak bisa dinikmati (<http://www.abasinema.ac.id/mengapa-drama-korea-tidak-berjaya-di-tv-indonesia>, diakses pada 10 November 2018 pukul 15.33). *Running Man* dapat ditonton secara online (*streaming*) atau diunduh pada website-website tertentu seperti Kshownow.net, iSubs.com, dan lainnya.

Tayangan *Running Man* tentu menimbulkan kesan berbeda-beda pada audiens. Ada yang melihat dari segi artistik program, pemasaran program, maupun pengenalan budaya yang dibawa program *Running Man*. Dari perbedaan itulah muncul dampak dan perilaku yang berbeda. Tayangan *Running Man* secara tidak langsung telah menunjukkan keberagaman budaya Korea, seperti budaya bahasa pada episode 17 dan 186, budaya makanan pada episode 163, 179, 180, dan 186, unsur pakaian dan kesenian pada episode 30 dan episode spesial imlek, dan situs budaya pada episode 186. Untuk itu, penulis tertarik menganalisis unsur budaya Korea dalam tayangan *Running Man*, dengan mengambil target sasaran peserta kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta.

*Korean Culture & Language Center Sejong* atau KCC Sejong adalah sebuah Badan Hukum Indonesia yang didirikan pada tahun 2007 di Yogyakarta, Indonesia, untuk menyebarkan budaya dan bahasa Korea, serta meningkatkan hubungan dan kerjasama antara Korea Selatan dan Indonesia.

## Gambar 2

### KCC Sejong Kerjasama dengan UKDW dan Namseoul University



(Sumber: <http://kccsejong.blogspot.co.id/2017/08/kcc-sejong-akan-kerjasama-dengan-ukdw.html>, diakses pada 10 November 2018 pukul 16.20)

KCC Sejong memberikan kursus Bahasa Korea untuk umum, mahasiswa, hingga TKI melalui Lembaga Pendidikan Bahasa Korea Sejong (LPK Sejong). KCC Sejong juga membantu SD, SMP, SMA, dan Universitas agar dapat membuka kursus Bahasa Korea di kampus dan di sekolah-sekolah, selain itu KCC Sejong juga dapat mengajar Bahasa Korea di perusahaan. Di KCC Sejong ada orang Korea yang menjadi sukarelawan dan sudah memiliki sertifikat mengajar Bahasa Korea dan guru-guru orang Indonesia yang berasal dari jurusannya Bahasa Korea. KCC Sejong juga memiliki program kelas gratis membaca huruf Korea atau *Hangeul* yang diadakan dua kali dalam sebulan.

Bahkan di *event* tertentu, KCC Sejong sebagai pusat budaya dan bahasa Korea mengadakan acara-acara khusus agar bisa lebih dekat dengan teman-teman Indonesia. KCC Sejong mengenalkan budaya Korea melalui dua perayaan hari raya Korea. Pada *Seol Nal* (Imlek) setiap tahun menyelenggarakan membuat mandu, dan pada *Chuseok* (hari Panen Korea) mengadakan membuat *Songpyeon* dan mainan tradisional Korea. Selain itu, KCC Sejong mendampingi *Dongari* (klub/ekstrakurikuler) seperti *dongari* membaca buku Korea, *dongari* melipat kertas (origami), dan *dongari cooking class* yang kerap diadakan sekali dalam sebulan. Kemudian juga ada acara seperti nonton drama Korea bersama dan nonton Running Man bersama. Tidak lupa, KCC Sejong juga membuka program konseling tentang belajar di Universitas Korea dan memiliki program *Vision Trip to Korea* (<http://kccsejong.blogspot.co.id/p/about.html>, diakses pada 10 November 2018 pukul 16.59).

Berdasarkan paparan di atas, terpaan dalam menonton program *variety show* Running Man di media online dan dampaknya terhadap minat mempelajari budaya Korea merupakan fenomena yang layak untuk diteliti. Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Menonton *Variety Show* Korea *Running Man* di Media Online terhadap Minat Belajar Budaya Korea pada Peserta Kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti menetapkan rumusan masalah penelitian yaitu “Seberapa besar pengaruh terpaan menonton *variety show* Korea Running Man di media online terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta?”.

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh terpaan menonton *Variety Show* Korea Running Man di media online terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan bahan kajian bagi penelitian di bidang ilmu komunikasi mengenai budaya populer yang disebarkan melalui suatu tayangan berupa *variety show*.
- Dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis untuk tahap selanjutnya.

## **2. Manfaat Praktis**

- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan informasi bagi para pecinta *Korean Wave* untuk dapat mengambil sisi positif dari setiap tayangan *Running Man* dan menjadikannya sebagai bahan pembelajaran.
- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dan menambah wawasan tentang efek dari fenomena merebaknya kegemaran masyarakat terhadap *variety show* Korea.

## **E. Kerangka Teori**

Suatu penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu, perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disorot. Berikut beberapa teori yang dianggap relevan dalam mendukung penelitian ini.

### **1. Budaya Korea sebagai Budaya Populer**

Kata budaya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai pikiran, akal budi atau adat-istiadat. Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sanskerta yaitu *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari buddhi (budi atau akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Kata

budaya merupakan bentuk majemuk kata budi-daya yang berarti cipta, karsa, dan rasa.

Budaya populer adalah budaya yang sifatnya komersial dan disukai banyak orang karena kepopulerannya, kekhasannya dalam menciptakan beragam *style* yang berbeda. Budaya populer merupakan produk masyarakat industrial, di mana kegiatan pemaknaan dan hasilnya (yakni kebudayaan) dihasilkan dan ditampilkan dalam jumlah besar sehingga mudah dijangkau masyarakat luas (Heryanto, 2012: 9). Menurut Strinati (2003: 2-5) budaya populer adalah budaya yang dihasilkan secara massal dengan bantuan teknologi industri, dipasarkan secara profesional bagi publik konsumen dan ditujukan untuk mendatangkan profit. Pada buku '*Popular Culture: Pengantar Menuju Budaya Populer*', Strinati juga menaruh perhatian terhadap definisi kata "populer" sebagai salah satu fenomena yang kita alami sekarang, yaitu sebuah fenomena budaya yang lahir karena dukungan teknologi baru dan budaya konsumsi yang semakin merajalela. Menurut Turner (1984), budaya pop dan media massa memiliki hubungan simbiotik di mana keduanya saling tergantung dalam sebuah kolaborasi yang sangat kuat. Kepopuleran suatu budaya sangat bergantung pada seberapa jauh media massa gencar mengkampanyekannya. Begitu pula media massa hidup dengan cara mengekspos budaya-budaya yang sedang dan akan populer.

Korea Selatan pada beberapa tahun terakhir ini berhasil menyebarkan produk budaya populernya ke dunia internasional, termasuk Indonesia. Berbagai produk budaya Korea mulai dari drama, film, lagu, *fashion*, gaya hidup, maupun produk-produk industri, mulai mewarnai kehidupan masyarakat di berbagai belahan

dunia. Budaya Korea berkembang begitu pesatnya dan meluas serta diterima publik sampai menghasilkan sebuah fenomena yang dikenal dengan istilah Demam Korea atau *Hallyu* atau *Korean Wave*. Istilah *Korean Wave* berasal dari huruf Cina 韓流 (*Han Liu*) yang artinya gelombang Korea. Ada berbagai cara untuk menyebutnya, dalam bahasa Inggris biasa disebut dengan ‘*Korean Wave*’, ‘*Korean Fever*’, dan ‘*Hallyu*’. Di Korea sendiri ditulis dengan ‘*Hallyu*’, sedangkan di Cina dan Jepang biasa disebut dengan ‘*Hanliu*’ (Srihartati dan Abdillah, 2018: 37-38).

Fenomena *Hallyu* (한류) ini diartikan sebagai gelombang pasang budaya populer Korea yang melanda negara-negara di luar negara Korea. Budaya populer Korea dalam penelitian ini bukanlah budaya asli Korea yang bersifat tradisional, melainkan budaya yang diciptakan sesuai dengan arah selera pasar. Dalam penelitian ini, budaya yang akan diteliti adalah budaya populer Korea dalam bentuk *Variety Show*.

Program *variety show* merupakan program acara televisi yang memadukan antara berbagai macam jenis hiburan, panggung televisi seperti lawak, lagu, dan drama. *Variety show* adalah format acara televisi yang mengkombinasikan berbagai format lainnya, seperti *talk show*, *magazine show*, *quiz*, *games show*, *music concert*, drama dan sitkom (komedi situasi). Variasi acara tersebut dipadukan dalam sebuah pertunjukan dalam bentuk siaran rekaman (Naratama, 2006: 109).

Menurut Yuwono (2013: 4), pengertian *variety show* di setiap negara memiliki perbedaan dan penyesuaian tersendiri. Salah satu *variety show* di Amerika yakni Saturday Night Live lebih menonjolkan unsur sketsa komedi yang dominan

diselingi penampilan artis yang membawakan lagu. Hal ini berbeda dengan *variety show* Korea. Program ini lebih kental akan unsur *game* dan kuis yang dimainkan oleh artis-artis tertentu. Adapun daya tarik utama program *variety show* Korea adalah konsep acara yang baru, segar dan selalu berinovasi. Selain itu, *variety show* Korea kerap memasukkan unsur kebudayaan negaranya, seperti bahasa dan penggunaan huruf *Hangeul* dalam *caption* acaranya, tempat wisata, makanan, pakaian, kesenian, dan lainnya.

## **2. Teori Terpaan Media (*Media Exposure Theory*)**

Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens. Terpaan media adalah perilaku seseorang atau audiens dalam menggunakan media massa. Perilaku ini menurut Blumler dalam Littlejohn (Rahayu, 2009: 28) dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti:

1. *Surveillance*, yaitu kebutuhan individu untuk mengetahui lingkungannya.
2. *Curiosity*, yaitu kebutuhan individu untuk mengetahui peristiwa-peristiwa menonjol di lingkungannya.
3. *Diversion*, yaitu kebutuhan individu untuk lari dari perasaan tertekan, tidak aman, atau untuk melepaskan ketegangan jiwa.
4. *Personal identity*, yaitu kebutuhan individu untuk mengenal dirinya dan mengetahui posisi keberadaannya di masyarakat.

Jalaludin Rakhmat (2004: 193) mengatakan bahwa terpaan media dapat dioperasionalkan sebagai frekuensi individu dalam menonton televisi, film, membaca majalah atau surat kabar maupun mendengarkan radio. Selain itu, terpaan media juga berusaha mencari data audiens tentang penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan atau *longevity*. Pakar lainnya, Shore (1985), memberikan definisi sebagai berikut:

“Terpaan media adalah lebih lengkap daripada akses. Terpaan tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa akan tetapi apakah seseorang tersebut benar-benar terbuka dengan pesan-pesan media tersebut. Terpaan merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media massa ataupun pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu maupun kelompok.”

Adapun ukuran terpaan media tersebut menurut Ardianto (2004: 164) dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Frekuensi**

Mengumpulkan data khalayak tentang keajegan khalayak menonton sebuah jenis tayangan televisi, apakah itu program harian, mingguan, bulanan atau tahunan. Jika itu adalah program mingguan, maka data yang dikumpulkan adalah berapa kali menonton sebuah tayangan dalam seminggu selama satu bulan.

## **2. Durasi**

Menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (*audience's share*).

## **3. Atensi**

Atensi (perhatian) adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila seseorang mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain. Indikator atensi dalam penelitian ini diukur dari faktor eksternal penarik perhatian dan faktor internal penaruh perhatian. Dalam penelitian ini dapat diukur dari perhatian terhadap suatu acara, ketertarikan, dan kemudahan dalam memahami isi pesan dalam suatu acara.

## **3. Teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Response*)**

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Response*). Pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, yaitu Teori S-O-R singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (Effendy, 2003:254).

Menurut model ini, *organism* menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Dapat juga dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi. Segala bentuk pesan yang disampaikan baik secara verbal maupun non verbal dapat menimbulkan respon. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah (Effendy 2003:254): (a) Pesan (*stimulus*, S), (b) Komunikan (*organism*, O), dan (c) Efek (*response*, R). Teori ini menggambarkan bahwa respon yang ditimbulkan sangat besar dipengaruhi oleh kualitas rangsang (stimulus) yang diberikan. Bagaimana suatu respon dapat muncul juga sangat terikat dengan individu dari komunikan sendiri.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Effendy, 2003: 254).

Adapun keterkaitan antara model S-O-R dalam penelitian ini adalah:

1. *Stimulus* yang dimaksud adalah unsur budaya Korea dalam tayangan *variety show* Running Man.

2. *Organism* yang dimaksud adalah peserta kursus di KCC Sejong.
3. *Response* yang dimaksud adalah minat mempelajari Budaya Korea.

Peneliti menggunakan teori S-O-R sebagai dasar untuk memetakan fenomena ini. Peneliti mengasumsikan bahwa terpaan audiens dalam menonton konten budaya dalam *variety show* Running Man melalui media online merupakan faktor yang mempengaruhi minat mereka untuk mempelajari kebudayaan tersebut. Maka, terpaan menonton *variety show* Running Man ini akan diturunkan ke dalam konsep stimulus dan organisme. Di sini yang berperan sebagai stimulus adalah unsur budaya Korea dalam tayangan *variety show* Running Man. Pada dasarnya, tayangan Korea mengandung pesan-pesan, yang jika dikonsumsi dapat menimbulkan efek tertentu pada audiensnya. Oleh karena itu, unsur budaya Korea dalam tayangan *variety show* Running Man yang dikonsumsi audiens dapat dijadikan sebagai stimulus yang akan mempengaruhi terjadinya efek tersebut.

Organisme dalam penelitian ini adalah peserta kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa stimulus dapat diterima atau ditolak, yang berimplikasi pada efektivitas stimulus tersebut untuk mempengaruhi terbentuknya respon tertentu. Di sini, organisme memiliki peran untuk menilai efektivitas tersebut. Dalam penelitian ini, stimulus diterima karena unsur budaya Korea telah dikonsumsi oleh audiens. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa konsep stimulus dan organisme dalam penelitian ini dapat digunakan karena sesuai dengan landasan teori. Sementara itu, yang berperan sebagai respon adalah minat mempelajari budaya Korea sebagai efek dari terpaan menonton *variety show* Running Man.

#### **4. Teori Minat**

Minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan dalam mengambil keputusan masa depan. Elizabeth B. Hurlock (1993: 117) mengatakan bahwa pada semua usia, minat memainkan peran yang penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap, karena minat menjadi sumber motivasi yang kuat untuk belajar. Orang yang berminat terhadap suatu kegiatan, baik permainan maupun pekerjaan, mereka akan lebih keras dan termotivasi untuk menjalankannya dibandingkan dengan orang yang kurang berminat atau merasa bosan. Minat mempengaruhi bentuk dan terpaan aspirasi seseorang, semakin yakin seseorang mengenai pekerjaan yang diidamkan, semakin besar minat orang tersebut terhadap kegiatan yang mendukung tercapainya aspirasi tersebut. Minat juga menambah kegembiraan pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang. Bila orang lebih berminat pada suatu kegiatan, pengalaman mereka akan lebih menyenangkan bahkan dapat meningkatkan prestasi orang tersebut.

Slameto (2003: 180) menyatakan bahwa minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya. Hal ini menggambarkan bahwa minat dapat ditumbuhkan dan dikembangkan. Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau

kesesuaian. Menurut Haditono dalam Subekti (2007: 8) minat dipengaruhi oleh 2 faktor:

1. Faktor dari dalam (intrinsik) yaitu berarti bahwa sesuatu perbuatan memang diinginkan karena seseorang senang melakukannya. Di sini minat datang dari dalam diri orang itu sendiri. Orang senang melakukan perbuatan itu demi perbuatan itu sendiri. Seperti: rasa senang, mempunyai perhatian lebih, semangat, motivasi, emosi.
2. Faktor dari luar (ekstrinsik) bahwa suatu perbuatan dilaksanakan atas dorongan/ pelaksanaan dari luar. Orang melakukan perbuatan itu karena ia didorong/ dipaksa dari luar. Seperti: lingkungan, orang tua, guru.

Djamarah dalam Darmadi (2017: 317) mengungkapkan bahwa minat dapat diekspresikan melalui:

- 1) Pernyataan lebih menyukai sesuatu daripada yang lainnya
- 2) Partisipasi aktif dalam suatu kegiatan
- 3) Memberikan perhatian yang lebih besar terhadap sesuatu yang diminatinya tanpa menghiraukan yang lain (fokus)

Minat diperoleh melalui suatu proses belajar yang timbul melalui proses mengamati suatu objek yang kemudian menghasilkan suatu penilaian-penilaian tertentu terhadap objek yang menimbulkan minat seseorang. Penilaian-penilaian terhadap objek yang diperoleh melalui proses belajar itulah yang kemudian menghasilkan suatu keputusan tentang adanya ketertarikan atau ketidaktertarikan seseorang terhadap objek yang dihadapinya. Hurlock dalam Darmadi (2017: 318)

mengatakan minat merupakan hasil dari pengalaman atau proses belajar. Lebih jauh ia mengemukakan bahwa minat memiliki dua aspek yaitu:

1. Aspek kognitif. Aspek ini didasarkan atas konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan minat. Konsep yang membangun aspek kognitif didasarkan atas pengalaman dan apa yang dipelajari dari lingkungan.
2. Aspek afektif. Aspek afektif ini adalah konsep yang membangun konsep kognitif dan dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan atau objek yang menimbulkan minat. Aspek ini mempunyai peranan yang besar dalam memotivasi tindakan seseorang.

Berdasarkan uraian tersebut, Darmadi (2017: 318) menyebutkan indikator untuk mengetahui minat seseorang dalam belajar, antara lain:

- 1) Adanya pemusatan perhatian terhadap pembelajaran karena adanya ketertarikan
- 2) Adanya perasaan senang terhadap pembelajaran
- 3) Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subyek untuk terlibat aktif dalam pembelajaran

## **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang sejenis sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu antara lain:

## 1. Penelitian Terdahulu 1

Nama Peneliti	Ibnu Adam Khanafi
Judul Penelitian	Pengaruh Terpaan Menonton Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> terhadap Minat <i>Traveling</i> Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta Angkatan 2015)
Hasil Penelitian	Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> pada dasarnya adalah sebuah produk dari media massa yang termasuk ke dalam jenis tayangan <i>feature news</i> . Konten yang disajikan berupa hiburan namun juga sarat akan informasi. Tayangan ini memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai tempat-tempat wisata alam yang ada di Indonesia dan mengajak masyarakat untuk menjelajah tempat-tempat wisata alam yang ada di sekitarnya. Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa terpaan menonton tayangan <i>My Trip My Adventure</i> memberikan pengaruh sebesar 23,3% terhadap minat <i>traveling</i> mahasiswa, sedangkan nilai T hitung pada tabel <i>coefficients</i> sebesar 4.745 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai T tabel yang telah ditentukan yaitu sebesar 1.293. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian bahwa terpaan

	menonton tayangan My Trip My Adventure mampu memberikan pengaruh terhadap mahasiswa untuk melakukan traveling.
Persamaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan pendekatan penelitian yang sama yaitu kuantitatif.</li> <li>2. Persamaan juga terletak pada pembahasan yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh menonton suatu tayangan terhadap minat.</li> </ol>
Perbedaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis tayangan yang diteliti berbeda. Penelitian ini mengangkat jenis tayangan <i>feature news</i>.</li> <li>2. Media menonton yang digunakan berbeda. Penelitian ini menggunakan media <i>mainstream</i> yaitu televisi.</li> <li>3. Variabel minat berbeda. Penelitian ini berbicara tentang pengaruh tayangan terhadap minat melakukan <i>traveling</i>.</li> <li>4. Tayangan berasal dari Indonesia, sementara penelitian penulis mengangkat tayangan dari Korea.</li> </ol>
Sumber	Skripsi (Universitas Sebelas Maret)

## 2. Penelitian Terdahulu 2

Nama Peneliti	Alishka Zuhra
Judul Penelitian	Tayangan <i>The East</i> di NET TV terhadap Minat Mahasiswa Menjadi seorang <i>Broadcaster</i> (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara)
Hasil Penelitian	Pengaruh tayangan <i>The East</i> di NET TV mampu menarik perhatian mahasiswa dengan persentase 68% atau 66 orang dari 97 orang suka menonton tayangan <i>The East</i> . Mahasiswa menganggap tayangan <i>The East</i> sebagai program televisi yang menarik dan memberikan informasi penting mengenai bagaimana bekerja sebagai seorang <i>broadcaster</i> . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa berminat menjadi seorang <i>broadcaster</i> setelah menonton tayangan <i>The East</i> dengan persentase 71,1% (69 orang). Adapun besar kekuatan pengaruh atau besar hubungan variabel X (tayangan <i>The East</i> di NET TV) terhadap variabel Y (minat mahasiswa menjadi <i>broadcaster</i> ) adalah 30,7%. Selebihnya terdapat 69,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diukur pada penelitian ini.

<p>Persamaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan pendekatan penelitian yang sama yaitu kuantitatif.</li> <li>2. Persamaan juga terletak pada pembahasan yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh menonton suatu tayangan terhadap minat.</li> </ol>
<p>Perbedaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis tayangan yang diteliti berbeda. Penelitian ini mengangkat jenis tayangan situasi komedi.</li> <li>2. Media menonton yang digunakan berbeda. Penelitian ini menggunakan media <i>mainstream</i> yaitu televisi.</li> <li>3. Variabel minat berbeda. Penelitian ini berbicara tentang pengaruh tayangan terhadap minat menjadi seorang <i>broadcaster</i>.</li> <li>4. Tayangan berasal dari Indonesia, sementara penelitian penulis mengangkat tayangan dari Korea.</li> </ol>
<p>Sumber</p>	<p>Skripsi (Universitas Sumatera Utara)</p>

### 3. Penelitian Terdahulu 3

Nama Peneliti	Elli Mustika Rini
Judul Penelitian	Pengaruh Terpaan Tayangan <i>Traveling Channel</i> di YouTube terhadap Minat Berwisata <i>Subscribers</i> di Indonesia (Studi pada <i>Subscribers Traveling Channel</i> YouTube Ponti Ramanta)
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terpaan tayangan traveling (studi pada <i>channel</i> Ponti Ramanta) di YouTube memberikan kontribusi terhadap minat berwisata <i>subscribers</i> di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis, dimana nilai T hitung yang diperoleh adalah sebesar 19.265 sementara nilai T tabel pada tabel distribusi $\pm 1.984$ . Dari nilai tersebut terlihat bahwa nilai T hitung yang diperoleh berada di luar nilai T tabel, sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima. Artinya, terpaan tayangan traveling di YouTube berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata <i>subscribers</i> di Indonesia.

<p>Persamaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan pendekatan penelitian yang sama yaitu kuantitatif.</li> <li>2. Persamaan juga terletak pada pembahasan yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh menonton suatu tayangan terhadap minat.</li> <li>3. Media menonton yang digunakan sama, yaitu media online.</li> </ol>
<p>Perbedaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis tayangan yang diteliti berbeda. Penelitian ini mengangkat jenis tayangan <i>feature news</i>.</li> <li>2. Variabel minat berbeda. Penelitian ini berbicara tentang pengaruh tayangan terhadap minat berwisata.</li> <li>3. Tayangan berasal dari Indonesia, sementara penelitian penulis mengangkat tayangan dari Korea.</li> </ol>
<p>Sumber</p>	<p>Jurnal (Telkom University)</p>

## G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan penjelasan dalam kerangka teori di atas serta sesuai dengan tujuan penelitian, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

- **Hipotesis Nihil (H<sub>0</sub>):** Tidak terdapat Pengaruh Terpaan Menonton *Variety Show* Korea *Running Man* di Media Online terhadap Minat Belajar Budaya Korea pada Peserta Kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta.
- **Hipotesis Alternatif (H<sub>a</sub>):** Terdapat Pengaruh Terpaan Menonton *Variety Show* Korea *Running Man* di Media Online terhadap Minat Belajar Budaya Korea pada Peserta Kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta.

## H. Kerangka Pikir

Setelah banyaknya tanggapan baik yang diterima oleh K-Drama dan K-Pop, di Indonesia mulai muncul K-Show atau *Korean Show* yang menampilkan beragam tayangan televisi Korea, salah satunya yang paling terkenal adalah program *variety show* *Running Man*. Tayangan *Running Man* secara tidak langsung telah

menunjukkan keberagaman budaya Korea. Unsur budaya Korea yang dimuat seperti bahasa, pakaian dan kesenian tradisional, makanan, tempat wisata, situs budaya, dan lainnya. Semakin seseorang menonton tayangan Running Man, maka ia akan semakin mengonsumsi pesan tentang kebudayaan Korea. Sehingga, terpaan menonton Running Man bisa berpengaruh terhadap minat seseorang untuk mempelajari kebudayaan Korea. Di dalam penelitian ini, peneliti ingin mencari tahu pengaruh terpaan menonton *variety show* Running Man di media online terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta Kursus di *Korean Cultural & Language Center Sejong* Yogyakarta.

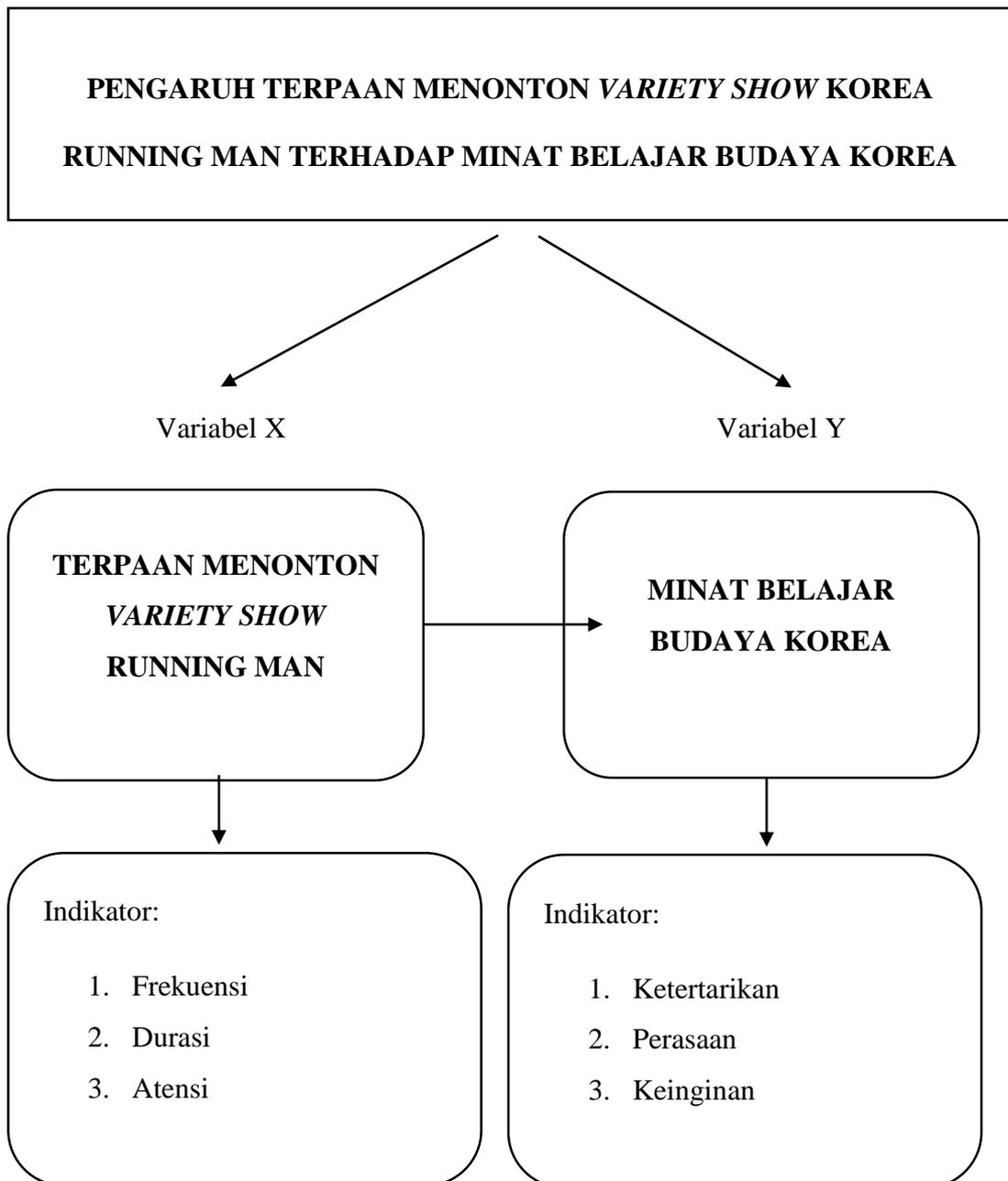
Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- *Independent Variabel (X)*: Terpaan Menonton *Variety Show* Running Man
- *Dependent Variabel (Y)*: Minat Mempelajari Budaya Korea

Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan, maka yang menjadi kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

## Bagan 1

### Kerangka Berpikir



## **I. Definisi Variabel**

### **1. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual adalah pengertian atau batasan tentang suatu konsep yang dipilih atau diterapkan oleh peneliti (Ardial, 2014: 63). Adapun definisi konseptual dari masing-masing variabel dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

#### **A. Terpaan Menonton (Variabel X)**

Terpaan merupakan kata yang diperoleh dari bahasa Inggris yakni “*intense*” yang berarti semangat, giat. Pengertian terpaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat dipahami sebagai ukuran atau tingkat. Daryanto (1997: 286) menyatakan bahwa terpaan mempunyai pengertian keadaan (tingkatan atau ukuran) intensnya (hebat atau sangat kuat tentang kekuatan, efek, dan sebagainya).

Sementara menonton memiliki pengertian sebagai aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu (Danim, 2004: 35). Menonton, sebagaimana halnya aktivitas konsumsi yang lain, adalah sebuah proses aktif, baik antar partisipan maupun antara partisipan dan tayangan yang disajikan, yang di dalamnya audiens tidak sekedar mengambil peran sebagai pihak yang secara aktif memilih aneka material media yang tersedia bagi mereka, melainkan juga aktif memakai, menafsir, serta mengawasi (*decoding*) material-material yang dikonsumsi. Menonton bukanlah sekedar aktivitas menyorotkan mata ke arah layar kaca, melainkan bersifat multidimensi.

Jadi terpaan menonton di sini menjelaskan tentang tindakan atau keadaan seseorang yang menikmati suatu tayangan dalam ukuran waktu tertentu dan menggambarkan seberapa sering (frekuensi), kualitas kedalaman menonton tersebut (durasi), perhatian dan daya konsentrasi untuk menonton (atensi) sehingga terciptanya penghayatan atau pemahaman terhadap tayangan yang disajikan.

## **B. Minat Belajar (Variabel Y)**

Minat atau *interest* bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kecenderungan atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan, atau pun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain, minat dapat menjadi penyebab kegiatan dan partisipasi dalam kegiatan. Slameto dalam bukunya '*Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*', menjelaskan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat merupakan bagaimana diri seseorang untuk menerima akan suatu hubungan antara dirinya dengan sesuatu di luar dirinya. Suatu minat akan tinggi apabila semakin kuat atau dekat hubungan tersebut (2003: 180).

Selanjutnya, menurut Khodijah (2014: 50), belajar adalah sebuah proses yang memungkinkan seseorang memperoleh dan membentuk kompetensi, keterampilan, dan sikap yang baru melibatkan proses-proses

mental internal yang mengakibatkan perubahan perilaku dan sifatnya relatif permanen.

Berdasarkan pengertian di atas, maka minat belajar dapat dipahami sebagai kecenderungan individu untuk memiliki rasa senang tanpa ada paksaan sehingga dapat menyebabkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan tingkah laku.

Darmadi (2017: 318) menyebutkan indikator untuk mengetahui minat seseorang dalam belajar, antara lain:

- 1) Adanya pemusatan perhatian dari subyek terhadap pembelajaran karena adanya ketertarikan
- 2) Adanya perasaan senang terhadap pembelajaran
- 3) Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subyek untuk terlibat aktif dalam pembelajaran

## **2. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah petunjuk tentang langkah-langkah mengukur variabel dari menetapkan variabel yang hendak diukur, mendefinisikan arti variabel (definisi konseptual), menetapkan jenis dan jumlah indikator (atribut), membuat sejumlah kuesioner dari setiap indikator, menetapkan skala pengukuran, menetapkan jumlah pilihan jawaban, dan skor dari pilihan jawaban (Ardial, 2014: 63).

## A. Terpaan Menonton (Variabel X)

Tabel 1

### Definisi Operasional Terpaan Menonton (Variabel X)

Variabel	Indikator	Keterangan
Terpaan Menonton <i>Variety Show</i> Running Man	<b>Frekuensi</b>	Diukur dari berapa kali responden menyaksikan <i>variety show</i> Running Man selama satu bulan.
	<b>Durasi</b>	Diukur dengan lama waktu yang disediakan untuk menonton <i>variety show</i> Running Man.
	<b>Atensi</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Perhatian terhadap tayangan</li><li>2. Ketertarikan terhadap tayangan</li><li>3. Kemudahan dalam memahami isi pesan tayangan</li></ol>

## B. Minat Belajar (Variabel Y)

Tabel 2

### Definisi Operasional Minat Belajar (Variabel Y)

Variabel	Indikator	Keterangan
Minat Belajar Budaya Korea	<b>Ketertarikan</b>	Diukur dari tingkat ketertarikan responden terhadap unsur-unsur budaya Korea (bahasa, makanan, pakaian dan alat musik tradisional, serta situs-situs budaya) yang ditampilkan dalam <i>variety show</i> Running Man.
	<b>Perasaan</b>	Perasaan suka atau tidak suka responden terhadap budaya Korea.
	<b>Keinginan</b>	Keinginan responden untuk belajar budaya Korea.

## **J. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan generalisasi dari pengaruh terpaan menonton *variety show* Korea Running Man di media online terhadap minat belajar budaya Korea yang terjadi pada Peserta Kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta. Maka, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif.

Pendekatan kuantitatif ialah metode penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan. Dalam analisis data, metode penelitian kuantitatif memerlukan bantuan perhitungan ilmu statistik, baik statistik deskriptif maupun inferensial (yang menggunakan rumus-rumus statistik non-parametrik). Kesimpulan hasil penelitian pun berupa hasil perhitungan yang bersifat penggambaran atau jalinan variabel. Dalam penelitian kuantitatif, masalah yang dibawa oleh peneliti harus sudah jelas. Sedangkan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan (Ardianto, 2010: 47).

Menurut Singarimbun (1989: 5), penelitian eksplanatif adalah suatu jenis penelitian yang digunakan untuk menjelaskan suatu hubungan sebab-akibat (hubungan kausal) dengan cara mengadakan suatu pengujian terhadap hipotesis awal. Pada penelitian ini minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan dan penelitian ini berfungsi menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Oleh karena itu, dalam penelitian ini nantinya akan dijelaskan mengenai adanya

hubungan interaktif atau timbal balik antara variabel yang akan diteliti dan sejauh mana hubungan tersebut saling mempengaruhi.

## **2. Jenis Sumber Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan, sebagai berikut.

### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian, dalam hal ini adalah para peserta kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta. Dalam memperoleh data dan informasi terhadap tayangan Korea Populer, peneliti membagikan kuesioner yang seragam kepada setiap responden untuk dijawab. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan cara mengajukan daftar pertanyaan tertulis kepada responden, di mana daftar pertanyaan yang diajukan telah disertai alternatif jawaban.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang peneliti dapatkan secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga

lainnya yang bukan merupakan pengolahnya. Dengan kata lain, data sekunder adalah pengumpulan data yang diperlukan dalam bentuk yang sudah jadi, berupa publikasi. Dalam hal ini peneliti mendapatkan sejumlah data yang diperlukan dengan cara melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku literatur komunikasi, bahan-bahan ilmiah selama kuliah, surat kabar, jurnal, internet atau artikel yang berkompeten dan berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

#### **a. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010: 127). Adapun jenis angket (kuesioner) dalam penelitian ini adalah angket tertutup (*closed-ended questions*), dimana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh periset. Kuesioner yang akan digunakan dan disajikan kepada responden terdiri dari tiga bagian, yaitu: (1) Bagian yang mengungkapkan karakteristik responden, (2) Bagian yang mengungkapkan

pertanyaan mengenai variabel terpaan menonton, dan (3) Bagian yang mengungkapkan minat para peserta kursus.

#### **b. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari data-data yang telah didokumentasikan. Peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Tanpa adanya dukungan literatur yang memadai, tidak mungkin sebuah penelitian dapat berjalan dengan baik. Pada era globalisasi informasi ini, studi dokumen atau pencarian literatur tidak hanya terbatas pada sumber informasi yang ada di perpustakaan, tetapi juga dapat diperoleh melalui sumber-sumber informasi digital (internet, *weblog*, *e-Journal*, *e-Book*, dan lain-lain) (Effendi, 2014: 77).

Tujuan dari studi dokumen adalah untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Jadi dokumentasi disini lebih bersifat sebagai instrumen pendukung dari teknik pengumpulan data sebelumnya, agar peneliti dapat memperoleh keterangan-keterangan pelengkap yang berhubungan dengan penelitian.

#### **4. Teknik Pemberian Skor**

Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, di mana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pernyataan. Skala likert mempunyai tingkatan dari sangat positif menjadi sangat negatif. Biasanya, menggunakan kata-kata berupa: sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Sarjono, 2011: 6).

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk centang (*checklist*) ataupun pilihan ganda. Setiap pertanyaan dalam kuesioner akan diberi lima alternatif jawaban yaitu A, B, C, D, dan E dengan skor jawaban menggunakan ukuran interval. Penentuan skor untuk masing-masing alternatif jawaban adalah sebagai berikut.

- Alternatif jawaban E akan diberi skor 1, yang menunjukkan jawaban yang sangat rendah/ interval sangat rendah.
- Alternatif jawaban D akan diberi skor 2, yang menunjukkan jawaban yang rendah/ interval rendah.
- Alternatif jawaban C akan diberi skor 3, yang menunjukkan jawaban yang sedang/ interval sedang.
- Alternatif jawaban B akan diberi skor 4, yang menunjukkan jawaban yang tinggi/ interval tinggi.
- Alternatif jawaban A akan diberi skor 5, yang menunjukkan jawaban yang sangat tinggi/ interval sangat tinggi.

## **5. Teknik Sampling**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 115). Dalam penelitian ini, maka populasinya ialah seluruh peserta kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta. Sedangkan sampel adalah satu subset atau tiap bagian dari populasi berdasarkan apakah itu representatif atau tidak. Sampel merupakan bagian tertentu yang dipilih dari populasi. Tiap anggota dari sampel disebut subjek (*subject*) atau elemen, dan data yang diperoleh secara parsial tersebut dapat digunakan untuk membuat generalisasi tentang keseluruhan (Silalahi, 2009: 254).

Teknik penarikan sampling yang dipakai dalam penelitian ini adalah Total Sampling atau Sampling Sensus, yaitu metode pengambilan sampel di mana semua anggota populasi diambil sebagai anggota sampel (Effendi, 2014: 172). Alasan mengambil total sampling dikarenakan jumlah populasi yang relatif kecil, yaitu kurang dari 100 orang. Sampel penelitian ini diambil dari populasi yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu peserta kursus yang pernah menonton *variety show* Running Man.

## **6. Uji Validitas**

Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen (misalnya kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid

jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas menurut para ahli dapat digolongkan dalam beberapa jenis, yakni validitas konstruk (*construct validity*), validitas isi (*content validity*), validitas prediktif (*predictive validity*), validitas eksternal (*external validity*), validitas rupa (*face validity*), dan validitas budaya (*cross-cultural validity*) (Effendi, 2014: 125-126).

Dalam penelitian ini, digunakan validitas konstruk (*construct validity*). Validitas konstruk digunakan untuk mengukur konsep-konsep dalam penelitian ini. Dukungan terhadap adanya validitas konstruk, salah satunya dapat dicapai melalui studi mengenai korelasi antar item. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor dari masing-masing butir pertanyaan dengan skor totalnya.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Product Moment*, yang rumusnya adalah sebagai berikut:

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

**Keterangan:**

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi sederhana antara skor x dengan skor y

N = Jumlah responden

X = Skor tiap item

Y = Skor total

XY = Skor item x skor total

Ketentuan pengujian uji validitas adalah r hitung dibandingkan dengan r tabel (dengan melihat taraf signifikansi penelitian, yakni sebesar 10% atau 0,1 dan jumlah responden, barulah kita akan mendapatkan nilai r tabel). Maka didapat kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika r hasil positif (+) dan r hitung  $>$  r tabel, maka butir pernyataan valid
- b) Jika r hasil negatif (-) dan r hitung  $<$  r tabel, maka butir pernyataan tidak valid

## 7. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur suatu gejala yang sama (Effendi, 2014: 141).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Teknik *Cronbach* mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 0 – 1, tetapi merupakan rentangan antara beberapa nilai, misalnya 0 – 10 atau 0 – 100, atau

bentuk skala 1 – 3, 1 – 5 atau 1 – 7, dan seterusnya dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha ( $\alpha$ ) dari *Cronbach*. Adapun rumusnya dapat ditulis sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \alpha b^2}{\sum \alpha t^2} \right)$$

**Keterangan:**

$\alpha$  = Koefisien *reliability cronbach*

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum \alpha b^2$  = Varian butir

$\sum \alpha t^2$  = Varian total

Kriteria penerimaan uji reliabilitas untuk menguji apakah keputusan pada sebuah butir pertanyaan dikatakan reliabel atau tidak reliabel adalah:

- a) Jika  $r \text{ alpha} > r \text{ tabel}$ , maka dapat dikatakan reliabel
- b) Jika  $r \text{ alpha} < r \text{ tabel}$ , maka dapat dikatakan tidak reliabel

Adapun tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha menurut Wahyu Agung (2010: 95), dapat diuraikan dalam tabel berikut.

**Tabel 3**

**Tingkat Reliabilitas**

<b>Nilai Alpha</b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 – 0,40	Agak Reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

(Wahyu Agung, 2010: 95)

**8. Teknik Analisis Data**

Setelah data dikumpulkan, maka kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik pengolahan data. Analisis yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah.

Menurut Sugiyono (2014: 206), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mantabulasi data

berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan. Analisis data yang dilakukan dengan bantuan dari program SPSS sebagai alat untuk meregresikan model yang telah dirumuskan.

Dikarenakan variabel dependen dipengaruhi oleh satu variabel independen, maka penulis menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dan analisis koefisien determinasi.

#### **a) Analisis Regresi Linier Sederhana**

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Adapun rumus regresi linear sederhana menurut Sugiyono (2010: 204) adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

**Keterangan:**

Y = Minat belajar budaya Korea

X = Terpaan menonton

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau pun penurunan)

Adapun nilai dari a dan b dapat dicari dengan rumus berikut (Sugiyono, 2010: 206).

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$
$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

**Keterangan:**

n = Jumlah dari sampel

## b) Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2010: 203).

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

### Keterangan:

$K_d$  = Nilai koefisien determinasi

$r$  = Nilai koefisien korelasi