

**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**

Elsi Yuliyanti

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, D.I.
Yogyakarta 55183. Email: elsiyuliyanti@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to test the exposure effect of watching Korean variety show Running Man toward participant interest in learning Korean culture in Korean Culture & Language Center Sejong Yogyakarta. Type of research used in this research was explanative quantitative. The technique of taking samples used total sampling or census sampling, which was all population member taken as sample. There were 56 people based on inclusion criteria, who ever watched variety show Running Man. Whereas technique of collecting data used questionnaire of questions given to respondents directly. Technique of data analysis used to answer research hypothesis was simple linear regression.

The result of research showed that there was an effect between exposure of watching Korean variety show Running Man toward course participant interest in learning Korean culture in KCC Sejong Yogyakarta. Based on the table of simple linear regression measurement result, it was obtain that constant of 46.699 meant that consistency value of learning interest was 46.699. Whereas regression coefficient X was 0.817, it revealed that each addition of 1% of watching exposure value, learning interest value increased 0.817. From the result of simple linear regression test, it was found that watching exposure had significance value of $0.000 < 0.05$ with t value of $3.754 > t$ table of 2.005. Therefore, it can be concluded, hypothesis that there was an effect of exposure of watching Korean variety show Running Man in online media toward course participant interest in learning Korean culture in Korean Culture & Language Center Sejong was accepted. Beside, it was obtained $R = 0.455$ showing significant relation between two variables. Whereas the significance between exposure of watching Korean variety show Running Man in online media toward course participant in learning Korean culture in KCC Sejong was 0.207 or 20.7% whereas the rest was 79.3% explained by other factor excluded in this research.

Key Words: *Watching Exposure, Variety Show, Learning Interest, Korean Culture*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh terpaan menonton *variety show* Korea Running Man terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling atau sampling sensus, yaitu semua anggota populasi diambil sebagai anggota sampel, yakni sebanyak 56 orang berdasarkan kriteria inklusi pernah menonton *variety show* Running Man. Sementara teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berupa pertanyaan yang diberikan kepada responden secara langsung. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah regresi linier sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan menonton *variety show* Korea Running Man terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta. Berdasarkan tabel hasil penghitungan regresi linier sederhana, diperoleh konstanta sebesar 46,699 yang mengandung arti bahwa nilai konsistensi minat belajar adalah 46,699. Sementara koefisien regresi X sebesar 0,817 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai terpaan menonton, maka nilai minat belajar bertambah sebesar 0,817. Dari hasil uji regresi linier sederhana, ditemukan bahwa terpaan menonton memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $3,754 > t$ tabel yaitu 2,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 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 diterima. Selain itu, diperoleh $R = 0,455$ yang menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara dua variabel yang diteliti. Sedangkan besar kekuatan pengaruh antara terpaan menonton *variety show* Korea Running Man di media online terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta diperoleh sebesar 0,207 atau 20,7% sedangkan sisanya sebesar 79,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Terpaan Menonton, *Variety Show*, Minat Belajar, Budaya Korea

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi 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*



Oleh:

Elsi Yuliyanti

20150530117

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in brown ink, appearing to read 'Suciati', with a horizontal line underneath.

Dr. Suciati, S.Sos., M.Si.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, masyarakat Indonesia semakin akrab dengan fenomena masuknya *Korean Wave*. 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*.

Running Man 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. 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!*”.

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. Selain itu, Running Man menjadi *variety show* Korea pertama dan satu-satunya yang ditayangkan di stasiun televisi nasional Indonesia. Hak untuk menyiarkan Running Man sudah dijual ke sembilan wilayah di Asia, yakni Taiwan, Thailand, China, Malaysia, Hong Kong, Jepang, Singapura, Kamboja, dan Indonesia. Running Man juga sebanyak tiga kali pernah melakukan syuting di Indonesia.

Syuting Running Man di Indonesia 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%*”, bahkan mencatatkan *rating* sebesar 6,1 persen dan bagian kedua 8,8 persen. *Rating* sempat menyentuh angka tertinggi 11,1 persen menjelang akhir episode. 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).

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.

Dalam penelitian ini, media online dipilih sebagai medium menonton *variety show* Running Man. 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. Selain itu, 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. Terakhir, hal yang paling mengganggu pada tayangan Korea di televisi Indonesia adalah masalah sulih suara (*dubbing*) dan sensor (<http://www.abasinema.ac.id/mengapa-drama-korea-tidak-berjaya-di-tv->

[indonesia](#), diakses pada 10 November 2018 pukul 15.33).

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, untuk menyebarkan budaya dan bahasa Korea, serta meningkatkan hubungan dan kerjasama antara Korea Selatan dan Indonesia.

KCC Sejong memberikan kursus Bahasa Korea untuk umum, mahasiswa, hingga TKI. 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) dan pada *Chuseok* (hari Panen Korea). Selain itu, KCC Sejong mendampingi *Dongari* (klub/ekstrakurikuler) salah satunya *dongari cooking class* yang kerap diadakan sekali dalam sebulan. 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.

KAJIAN PUSTAKA

1.1 Teori Terpaan Media

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

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*.

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.

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. Dalam penelitian ini dapat diukur dari perhatian terhadap suatu acara, ketertarikan, dan kemudahan dalam memahami isi pesan dalam suatu acara.

1.2 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. Minat juga menambah kegembiraan pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang.

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.

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)

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

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat (kausal) dengan cara mengadakan suatu pengujian terhadap hipotesis awal.

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 di KCC Sejong yang pernah menonton *variety show* Running Man.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi dokumen. Data dianalisis dengan regresi linier sederhana dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penghitungan data mengenai pengaruh terpaan menonton *variety show* Korea Running Man di media online terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta, dengan menggunakan program IBM SPSS Versi 25, maka diperoleh $R = 0,455$ yang menunjukkan derajat hubungan linier antara variabel terpaan menonton (X) dan variabel minat belajar (Y).

Untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan di antara variabel yang diteliti, digunakan skala Guilford. Hasil $R = 0,455$ berada pada skala $0,40 - 0,70$ yang artinya terdapat hubungan yang cukup berarti. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara pengaruh terpaan menonton *variety show* Korea Running Man terhadap minat belajar budaya korea pada peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta.

Sedangkan besar kekuatan pengaruh (KP), yaitu sebesar $0,207$ atau $20,7\%$. Artinya, terpaan menonton *variety show* Korea Running Man di media online berpengaruh sebesar $20,7\%$ terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta.

Terpaan menonton diukur dengan frekuensi, durasi, dan atensi (perhatian) individu dalam menyaksikan *variety show* Running Man. Khalayak yang lebih sering menghabiskan waktu dan mencurahkan perhatian serta daya konsentrasi ketika menonton, cenderung akan memberikan respon terhadap apa yang dilihatnya berupa penghayatan dan pemahaman terhadap isi pesan tayangan yang disajikan. Hal ini bisa meningkatkan pengaruh yang lebih besar

pada khalayak. Begitu pula sebaliknya, khalayak yang tidak banyak menghabiskan waktu dan tidak mencurahkan perhatian serta daya konsentrasinya ketika menonton, tentu memiliki pengaruh yang lebih rendah.

Hal di atas diperkuat oleh hasil pengujian analisis regresi linier sederhana yaitu $Y = 46,699 + 0,817X$. Persamaan tersebut dapat diterjemahkan, konstanta sebesar $46,699$ mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel minat belajar adalah sebesar $46,699$. Sementara koefisien regresi X sebesar $0,817$ menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai terpaan menonton, maka nilai minat belajar bertambah sebesar $0,817$ dan sebaliknya jika mengalami penurunan, maka akan turun sebesar $0,817$. Koefisien tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Berdasarkan dari hasil uji analisis regresi linier sederhana juga ditemukan bahwa terpaan menonton memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000$ dan nilai ini lebih kecil dari $0,05$. Sementara berdasarkan nilai t , diketahui nilai t hitung sebesar $3,754 > t$ tabel $2,005$. Sehingga, dari nilai signifikansi dan nilai t hitung dapat disimpulkan

bahwa hipotesis alternatif yaitu Terdapat Pengaruh Terpaan Menonton *Variety Show* Running Man di Media Online terhadap Minat Belajar Budaya Korea pada Peserta Kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta diterima.

Dalam penelitian ini, minat belajar diukur dari ketertarikan, perasaan, dan keinginan. Ketertarikan berhubungan dengan daya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri (Safari, 2003: 60). Dalam penelitian ini, peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta merespon dan memberikan reaksi terhadap unsur budaya Korea yang ditampilkan dalam tayangan *variety show* Running Man. Tanggapan yang diberikan menunjukkan apa yang dimuat dalam tayangan tersebut berhasil menarik perhatiannya.

Perasaan berhubungan dengan rasa senang atau suka terhadap sesuatu, yang mendorongnya untuk bersegera melakukan aktivitas yang berhubungan dengan kesukaannya. Sama sekali tidak ada perasaan terpaksa ketika mempelajari bidang tersebut (Safari, 2003: 60). Peserta kursus di KCC Sejong

Yogyakarta yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap unsur budaya Korea yang ditampilkan dalam tayangan *variety show* Running Man, tentu tidak akan memiliki perasaan terpaksa atau bosan ketika mendalami kebudayaan tersebut.

Keinginan berhubungan dengan kecenderungan pada diri individu untuk terlibat aktif dalam suatu aktivitas atau kegiatan. Setelah peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta merasa tertarik dan menyukai unsur budaya Korea yang ditampilkan dalam *variety show* Running Man, mereka akan memiliki keinginan untuk belajar budaya Korea. Budaya Korea yang dimaksud di sini, meliputi budaya bahasa, makanan, pakaian dan alat musik tradisional, dan situs budaya Korea. Indikator ini juga didukung dengan pernyataan seberapa ingin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh terpaan menonton *variety show* Korea Running Man di media online terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta adalah sebesar 0,207 atau 20,7%. Dengan demikian terdapat 79,3% yang menyatakan bahwa minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut menurut Rohmatul Ula dalam penelitiannya yang berjudul ‘*Hubungan Intelegensi Siswa dengan Minat Belajar*’ (2015: 35-41), yakni sebagai berikut.

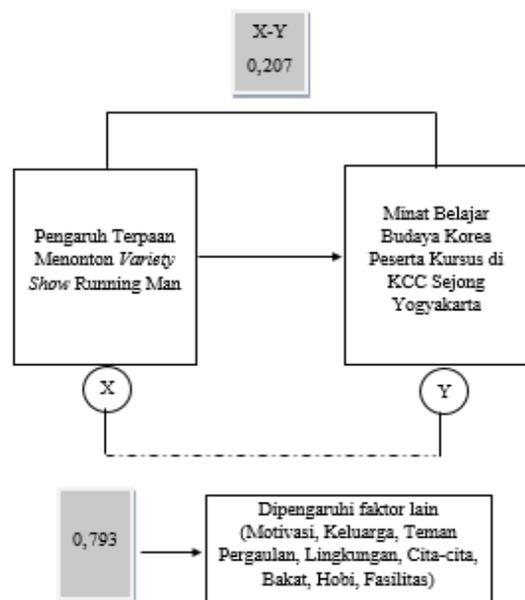
- a. Motivasi
- b. Keluarga
- c. Teman Pergaulan
- d. Lingkungan
- e. Cita-cita
- f. Bakat
- g. Hobi

Selain itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori terpaan media (*media exposure theory*). Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta sebagai audiens, diterpa oleh isi pesan tayangan *variety show* Running Man yang bermuatan unsur-unsur budaya Korea sehingga mempengaruhi perilakunya berupa minat untuk belajar Budaya Korea. Bagaimana isi pesan tersebut menerpa peserta kursus di KCC Sejong Yogyakarta diukur dari frekuensi (berapa kali responden menyaksikan *variety show* Running Man selama satu

bulan), durasi (berapa lama waktu yang disediakan untuk menonton *variety show* Running Man), dan atensi (seberapa perhatian responden terhadap tayangan, ketertarikan terhadap tayangan, dan kemudahan responden dalam memahami isi pesan tayangan *variety show* Running Man).

Hasil penelitian berdasarkan pemaparan di atas, dapat dipahami secara jelas melalui bagan di bawah ini.

Bagan 2
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis



Sumber: Data Diolah 2019

KESIMPULAN

Variety show Running Man telah memperkenalkan keberagaman budaya Korea, seperti budaya bahasa, makanan, pakaian dan alat musik tradisional, hingga situs budaya Korea. Adapun responden dalam penelitian ini adalah peserta kursus di *Korean Culture & Language Center Sejong* Yogyakarta sebanyak 56 orang, dengan kriteria inklusi pernah menonton tayangan *variety show* Running Man.

Penelitian ini dikaji dengan menggunakan teori Terpaan Media (*Media Exposure*) dengan indikator frekuensi, durasi, dan atensi. Sementara untuk melihat minat responden untuk belajar budaya Korea dapat dijelaskan dengan tingkat ketertarikan responden terhadap unsur budaya Korea, perasaan suka atau tidak suka terhadap budaya Korea, dan keinginan responden untuk belajar budaya Korea.

Penulis menemukan beberapa poin utama dari hasil analisis sebagai berikut.

1. Diperoleh $R = 0,455$ yang menunjukkan derajat hubungan linier antara variabel terpaan menonton (X) dan variabel minat belajar (Y). Hasil $R = 0,455$ berada pada skala $0,40 - 0,70$ yang artinya terdapat hubungan yang cukup berarti.
2. Terpaan menonton *variety show* Running Man memberikan pengaruh sebesar $0,207$ atau $20,7\%$ terhadap minat belajar budaya Korea pada peserta kursus di KCC Sejong, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai t hitung pada tabel *coefficients* diperoleh nilai sebesar $3,754$ di mana nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel yang telah ditentukan yaitu $2,005$.

3. Hipotesis alternatif (H_a) yaitu 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 **diterima.**
4. Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan *Constant* (a) sebesar 46,699, sedangkan nilai Terpaan Menonton (b/ koefisien regresi) sebesar 0,817 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai $Y = 46,699 + 0,817X$.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Agung, Wahyu. 2010. *Panduan SPSS 17.0, untuk Mengolah Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Gerai Ilmu.

Ardial, Haji. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro, dan Lukiat Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Darmadi. 2017. *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Daryanto. 2014. *Teori Komunikasi*. Malang: Penerbit Gunung Samudera.

Departemen Pendidikan Indonesia. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Effendi, Sofian, dan Tukiran. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Heryanto, Ariel. 2012. *Budaya Populer di Indonesia, Mencairnya Identitas Pasca Orde Baru*. Yogyakarta: Jalasutra.

Hurlock, E.B. 1993. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga.

Khodijah, Nyayu. 2014. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Naratama. 2006. *Menjadi Sutradara Televisi Dengan Single Dan Multi Kamera*. Jakarta: Grasindo.

Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Safari. 2003. *Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sarjono, Haryadi, dan Winda Julianita. 2011. *SPSS VS LISREL, Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Sekaran, Uma. 2000. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Salemba Empat.

Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Strinati, Dominic. 2003. *Popular Culture, Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (Abdul Mukhid, Penerjemah). Yogyakarta: Bentang Budaya.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Turner, Kathleen J. 1984. *Mass Media and Popular Culture*. Chicago: Science Research Associates.

Jurnal

Lee, Sue Jin. 2011. "The Korean Wave: The Seoul of Asia". *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communication*. Vol. 2, Nomor 1, page. 85-93.

Meidita, Aullya. 2013. "Dampak Negatif Industri *Hallyu* ke Indonesia". *E-Journal Ilmu Hubungan Internasional*. Vol. 1, Nomor 4, page. 979-992.

Mulyasih, Rahmi. 2013. "Dependency Media pada Masyarakat Indonesia".

Jurnal Komunikasi. Vol. 2, Nomor 1, Januari – April 2013, page. 1-5.

Rafiq, Mohd. 2012. “*Dependency Theory* (Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball Rokeach)”. *Journal HIKMAH*. Vol. 6, Nomor 1 – Januari/2012, page. 2-12.

Rahayu, Nuryani Tri. 2009. “Tayangan Hiburan TV dan Penerimaan Budaya Pop”. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*. Vol. 3, Nomor 1 – Januari/2009, page. 24-36.

Ravina, Mark. 2009. “*Introduction: Conceptualizing the Korean Wave*”. *Southeast Review of Asian Studies*. Vol. 31, page. 3-9.

Rini, Elli Mustika. 2017. “Pengaruh Terpaan Tayangan *Traveling Channel* di YouTube terhadap Minat Berwisata *Subscribers* di Indonesia (Studi pada *Subscribers Traveling Channel* YouTube Ponti Ramanta)”. *E-Proceeding of Management*. Vol. 4, Nomor 1 April 2017, page. 939-946.

Srihartati, Evalina dan Yusri Abdillah. 2018. “Pengaruh *Korean Wave* dan *Country of Origin* terhadap *Brand Awareness* dan *Brand Image* Kosmetik Korea”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 65, Nomor 1 – Desember 2018, page. 36-45.

Sukanti. 2011. “Penilaian Afektif dalam Pembelajaran”. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*. Vol. 9, Nomor 1, page. 74-82.

Yuwono, Eric. 2013. “Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program *Variety Show* ‘Dahsyat’ di RCTI”. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 1, Nomor 1, page. 1-11.