

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat di setiap negara memiliki gaya hidup tersendiri dengan menyesuaikan lingkungan hidup mereka. Namun, tidak menutup kemungkinan bagi masyarakat tersebut untuk mengikuti *lifestyle* dari negara lainya. Pada negara Indonesia, salah satu negara yang menjadi contoh dalam penerapan gaya hidup yaitu Korea Selatan. Negara yang sangat terkenal dengan *Korean Music Pop* (K-pop) ini banyak diminati oleh masyarakat di berbagai negara, khususnya Indonesia. Tidak hanya tentang musik, namun gaya hidup dari negara ginseng tersebut juga banyak diikuti, seperti gaya berpakaian, cara berbicara, cara makan, kedisiplinan waktu, dan sebagainya.

Selain itu, negara di Asia yang juga cukup banyak digemari adalah Jepang. Negara yang terkenal dengan kedisiplinan waktu tersebut memiliki penggemar mulai dari anak-anak bahkan hingga orang dewasa. Di Indonesia, negara Jepang banyak diminati pada hasil karyanya seperti komik (*manga*) dan animasi kartun (*anime*). Bahkan jumlah komunitas penggemarnya pun hampir sebanding dengan penggemar korea. Biasanya kita pernah melihat komunitas *cosplay* atau komunitas yang sedang berkumpul menirukan *style* yang ada di komik-komik dan kartun dari Jepang di tempat-tempat umum.

Budaya Korea muncul dan mulai meluas pada tahun 1997, pada saat itu keberhasilan dari negara tersebut awalnya berkembang pesat di negara China. Istilah "*Korean Wave*" pun diciptakan pada tahun 1999 oleh surat kabar china untuk mengungkapkan keberhasilan penyanyi korea di negara tirai bambu tersebut yang kemudian menjadi *Hallyu* atau "Gelombang Korea". Istilah *Hallyu* atau *Korean Wave*, kemudian menjadi sebuah lambang perkembangan dan pertumbuhan pesat dari industri budaya korea dan produk eksportnya, termasuk acara televisi, musik, *game digital*, dan animasi. Hingga saat ini pun, budaya korea masih menjadi idola di setiap negara, termasuk Indonesia (Tae Jin, 2017:xi)

Perkembangan budaya korea masih terus diterima oleh masyarakat negara lain, karena pertumbuhannya mengikuti dan sejalan dengan budaya para remaja. Begitu juga dengan kemajuan teknologi dan media, membuat budaya di negara korea semakin mudah untuk diakses. Setiap orang dengan mudahnya bisa menikmati produk industri dari negara tersebut. Misalnya saja musik atau sering dikenal dengan istilah *K-pop*, salah satu produk industri ini sangat digemari oleh masyarakat, khususnya anak-anak muda. Lagu dengan nada yang ceria mampu membangkitkan kembali semangat para remaja ketika merasa lelah dengan kegiatan yang mereka lakukan. Selain itu, wajah tampan dari sang penyanyi juga merupakan faktor pendukung untuk bisa mendapatkan perhatian dari khalayak luas. Kecintaan dari para penggemar tidak hanya sampai disitu, mereka bahkan mencari informasi dan mempelajari seluk beluk budaya yang di negara Korea. Mulai

dari sejarahnya, tempat wisata, kuliner, hingga kebiasaan yang dilakukan oleh warga negara Korea.

Saat ini kemajuan teknologi membuat masyarakat mudah untuk melihat budaya luar tanpa harus berkunjung langsung ke negara tersebut. Salah satu akses yang memudahkan yaitu melalui penggunaan internet dan media sosial. Berdasarkan data dari We Are Social, dari 7,75 miliar populasi di dunia, terdapat sekitar 4,54 miliar pengguna internet, dan 3,80 miliar yang aktif media sosial, serta data tersebut terus meningkat sebanyak 9,2% dihitung dari Januari 2019 hingga Januari 2020. Pengguna dengan usia rata-rata 16 hingga 64 tahun menghabiskan setidaknya 6 jam 43 menit untuk menggunakan internet dan 2 jam 24 menit untuk menggunakan media sosial.



Gambar 1 Persentase Pengguna Internet

Sumber: We Are Social 2020

Media sosial *YouTube*, menjadi media terbanyak kedua setelah *Facebook* yang sering digunakan oleh masyarakat. Melalui *YouTube*, kita

bisa mencari informasi dengan audio dan visual sekaligus, serta bisa dilihat dimanapun dan kapanpun karena aksesnya yang mudah. Ditemukan sejak Februari 2005 oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim, saat ini pengguna *YouTube* semakin berkembang dengan berbagai konten yang menarik, seperti video kecantikan, makan-makan, *travelling*, dan sebagainya. Video yang menampilkan kehidupan sehari-hari pemilik *channel youtube* atau disebut *daily vlog*, menjadi salah satu jenis konten yang cukup banyak dibuat oleh para *content creator*. Isi video yang menarik dan bisa menambah pengetahuan membuat *daily vlog* semakin digemari.

Salah satu pemilik akun *youtube* yang sering menunggah video kesehariannya yaitu Jang Hansol atau terkenal dengan *channel YouTube*-nya yang bernama Korea Reomit. Pria asal Korea Selatan ini aktif mengunggah kegiatannya di Korea dengan menggunakan Bahasa Indonesia dan terkadang dicampur Bahasa Jawa dengan logatnya yang *medok*. Pria berusia 26 tahun ini pernah tinggal di Indonesia, tepatnya di daerah Malang, Jawa Timur selama 16 tahun, dan saat ini telah kembali menjadi warga negara Korea Selatan. Cara berbicara Jang Hansol inilah yang membuat *channel YouTube*-nya menjadi unik dan digemari oleh para penonton *YouTube*. Video yang diawali dengan kalimat “Bersama orang Korea yang *medok*” dan sapaan “Bolo-Bolo” untuk penontonnya, membuat Hansol memiliki ciri khas pada videonya.

Tidak hanya Jang Hansol, tetapi ada juga orang Korea yang bisa berbahasa Indonesia dan senang dengan kebudayaan Indonesia membuat

akun *YouTube* dengan konten yang hampir sama. Namun, yang terkenal di kalangan pecinta korea yaitu Korea Reomit, SunnyDahyeIn, dan Han Yoora. Ketiga *youtuber* ini memiliki jumlah *subscribers* yang berbeda-beda:

Channel Youtube	Korea Reomit (2013)	SunnyDahyeIn (2015)	Han Yoora (2018)
<i>Subscribers</i>	3,71 juta	2,06 juta	988 ribu
<b>Total Video</b>	677	488	123

Tabel 1 Data Jumlah *Subscribers* pada 1 Oktober 2020



Gambar 2 Channel Youtube Korea Reomit

Sumber: Youtube, diakses pada 1 Oktober 2020



Gambar 3 Channel Youtube SunnyDahyeIn

Sumber: Youtube, diakses pada 1 Oktober 2020



Gambar 4 Channel Youtube Han Yoo Ra

Sumber: Youtube, diakses pada 1 Oktober 2020

Memulai karir terlebih dahulu dibanding Sunny dan Yoora, membuat Hansol menjadi sosok yang dikenal masyarakat. Meskipun membuka akun *YouTube* pada tahun 2013, namun video pertama Korea Reomit diunggah pada 23 Agustus 2016. Video berdurasi 13:55 menit ini berisi tentang pengenalan singkat Jang Hansol mengenai perjalanan hidupnya menjadi orang Indonesia hingga kembali lagi ke Korea dan makanan yang berkesan selama tinggal di Indonesia. Konten dalam video Korea Reomit hampir semuanya berisi tentang kebudayaan yang ada di Korea, seperti cara makan, tradisi hari raya di Korea dan sebagainya. Jang Hansol juga pernah menunggah video yang berisi informasi mengenai pekerja kapal asal Indonesia yang diperlakukan tidak layak oleh perusahaan kapal dari Cina dan bahkan video ini telah ditonton oleh 8 juta orang karena merasa penasaran dengan berita tersebut yang belum di *update* di Indonesia.



Gambar 5 Video Pertama Korea Reomit Tahun 2016

Sumber: Youtube, diakses pada 1 Oktober 2020

Konten-konten yang berisi tentang kesehariannya selama di Korea, membuat penonton tertarik untuk mengetahui lebih dalam bagaimana suasana kehidupan di negara tersebut. Gaya hidup yang ditunjukkan oleh Hansol membuat para *subscribers*-nya terinspirasi untuk ikut menerapkannya di kehidupan sehari-hari. Khususnya para penggemar korea, hal ini sangat membantu mereka untuk bisa ikut berperilaku seperti apa yang ada di dalam tayangan *channel YouTube* 'Korea Reomit'. Meskipun dalam video tersebut hanya menampilkan satu sosok sebagai tokoh utamanya, namun penonton menjadikannya sebagai panutan untuk masyarakat di negara tersebut. Misalnya saja dari gaya berbicara yang ditunjukkan Jang Hansol ketika berbincang dengan keluarga atau orang-orang yang ia temui, penonton yang melihat tayangan tersebut menjadi penasaran dan akhirnya mencoba meniru seperti apa yang dilakukan di dalam video tersebut.

Awalnya, penonton meniru secara langsung ketika menonton tayangan tersebut, kemudian mencoba untuk melakukannya dengan orang yang ada di sekitar. Apabila hal tersebut menarik dan mendapat respon baik, maka akan kembali dilakukan, hingga menjadi gaya bicara baru. Dalam pembelajaran imitatif, ditemukan fakta bahwa pembelajar cenderung menunjukkan perilaku meniru tindakan model yang dilihatnya. Prinsip dasar belajar menurut teori Bandura, bahwa yang dipelajari individu terutama dalam belajar sosial dan moral terjadi melalui peniruan (*imitation*) dan penyajian contoh perilaku (*modelling*) (Husamah,dkk, 2018:108).

Hansol menjadi model bagi para *subscribers*-nya, semua perilaku yang ditampilkan di dalam video tersebut kemudian diserap oleh memori penonton. Durasi video dalam *channel* Korea Reomit terbilang cukup lama, yaitu 15-25 menit. Apabila tayangan tersebut terus-menerus dilihat, maka penyerapan ke dalam memori akan semakin dalam. Setelah mengingat dan memahami setiap tindakan di video tersebut, tanpa disadari para *subscribers* juga melakukannya di kehidupan sehari-hari mereka. Contohnya, hadir lebih awal ketika membuat sebuah pertemuan dan ke tempat kerja, bergaya hidup bersih dan rapi, merubah pola makan, lebih memperhatikan penampilan, dan sebagainya. Video di *channel YouTube* 'Korea Reomit' selalu mendapatkan komentar positif dari para penggemarnya, karena konten yang ditampilkan juga merupakan perilaku yang positif dan menambah wawasan.

Penelitian terdahulu dengan judul *Pengaruh Intensitas Menonton Channel Youtube Reza Oktovian dan Pengawasan Orang Tua Terhadap Perilaku Agresif yang Dilakukan Remaja Sekolah Menengah Pertama*, telah dilakukan oleh Wibawa dan Pradeksa (2018). Penelitian ini menemukan hasil bahwa intensitas menonton *channel YouTube* Reza Oktovian berpengaruh signifikan terhadap perilaku agresif yang dilakukan remaja sejumlah 31,7% dan pengaruh pengawasan orang tua dalam penggunaan media anak berpengaruh signifikan terhadap perilaku agresif yang dilakukan remaja SMP sebesar 36,6%. Hal ini dikarenakan para remaja akan menirukan apa yang menjadi referensi tontonan mereka. Selain itu, dalam teori *parental mediation*, pengawasan yang tepat dalam penggunaan media anak dapat mengurangi resiko negatif anak karena muatan negatif di media massa, khususnya dalam penelitian ini *YouTube*.

Penelitian terdahulu dengan judul *Pengaruh Intensitas Menonton Video Boyband/Girlband Korea Terhadap Perilaku Imitasi Pada Grup Cover Dance Korea di Yogyakarta*, telah dilakukan oleh Ruanti (2017). Penelitian ini menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh perilaku imitasi sebesar 0,6222, membuktikan bahwa intensitas menonton membawa pengaruh terhadap perilaku imitasi. Hal ini dikarenakan masyarakat dimudahkan dalam mengakses video yang terdapat di *YouTube* yang membantu mereka bagaimana dan apa saja yang harus para *cover dance* imitasi, seperti bentuk baju, gerakan, cara ber-*make up*, gerakan-gerakan *dance* yang harus mereka tirukan, ditambah lagi mereka tidak bisa bertemu

langsung dengan sang idola, maka salah satu cara yaitu menggunakan media *YouTube* dan *cover dance* dapat dilihat kapan saja dan diulang berkali-kali.

Penelitian terdahulu dengan judul *Pengaruh Terpaan Tayangan Korean Wave (Demam Korea) Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara*, telah dilakukan oleh Ramadhan (2017). Penelitian ini menemukan hasil bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi FISIP USU gemar menonton tayangan *Korean Wave* karena memiliki daya tarik tersendiri seperti kegantengan dan kecantikan paras wajah para artis korea dan sering menampilkan cerita-cerita romantis dan alur cerita yang tak mudah ditebak (konteks drama korea) serta kesukaan mereka terhadap *fashion outfit* (busana, potongan rambut, aksesoris) yang selalu *up to date*
2. Hasil pengaruh terpaan tayangan *Korean Wave* kepada mahasiswi FISIP USU, menunjukkan tertarik dalam hal *Korean Wave* hanya sampai konteks menonton tayangannya saja.
3. Hasil pengaruh terpaan tayangan *Korean Wave* juga berpengaruh pada pembahasan tutur bahasa.

## **B. Rumusan Masalah**

Seberapa besar pengaruh intensitas mengakses *channel YouTube* 'Korea Reomit' terhadap perilaku meniru pada *subscribers*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh intensitas mengakses *channel YouTube* 'Korea Reomit' terhadap perilaku meniru pada *subscribers*.

## **D. Manfaat Penelitian**

Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa informasi mengenai dampak penggunaan media sosial *YouTube*.

Praktis: - Memberikan informasi dan pedoman mengenai gaya hidup masyarakat di negara lain

- Memberikan pertimbangan dalam menyerap informasi dari media sosial.

## **E. Kajian Teori**

### **1. Terpaan Media**

Terpaan media menurut Shore yang dikutip dalam Krisyantono (2006:208) menulis:

*"Media Exposure is more complicated than access because it deal not only with what a person is within physically (range of the particular mess medium) but also whether a person is actually expose no message. Exposure is hearing, seeing, reading or most generally, experiencing, with at least a minimal amount of interest, the mass media message. This exposure might occur at an individual or group level"*

Artinya, terpaan media merupakan sesuatu yang lebih rumit daripada hanya sebuah akses. Terpaan tidak hanya sekadar bagaimana kedekatan hubungan secara fisik antara seseorang dengan media, namun apakah seseorang tersebut sangat terbuka dengan pesan yang disebarkan melalui media tersebut. Bentuk dari sebuah terpaan media adalah mendengar, melihat, membaca pesan-pesan di media massa, atau pengalaman dengan setidaknya ada sedikit minat terhadap pesan dari media massa. Hal tersebut bisa terjadi baik kepada individu maupun kelompok.

Menurut Rosengren (dalam Rakhmat, 2001:66, ditulis pada Kriyantanon, 2006:209) bahwa terpaan media (*media exposure*), dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan. Serta menurut Sari (dalam

Kriyantono, 2006:209) bahwa terpaan media dapat dioperasionalkan menjadi jenis media yang digunakan, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan. Sehingga, disimpulkan bahwa terpaan media adalah banyaknya informasi yang didapatkan dari jenis media massa yang digunakan berdasarkan pada frekuensi mengakses, durasi penggunaan, serta perhatian pengguna, dengan memperhatikan isi dan hubungan dari media tersebut.

Chiara Sabina, et.al. (2008:692) (dalam jurnal Ihsan, 2016) menyatakan bahwa karakteristik terpaan media dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti:

- (1) *Selectivity* (kemampuan memilih) yaitu kemampuan audiens dalam menetapkan pilihan terhadap media dan isi yang akan dieksposnya.
- (2) *Intentionally* (kesengajaan) yaitu tingkat kesengajaan audiens dalam menggunakan media atau kemampuan dalam mengungkapkan tujuan-tujuan penggunaan media.
- (3) *Utilitarianism* (pemanfaatan) yaitu kemampuan audiens untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan media.
- (4) *Involvement* (keterlibatan) yaitu keikutsertaan pikiran dan perasaan audies dalam menggunakan media dan

pesan media yang diukur melalui frekuensi maupun intensitas.

(5) *Previous to influence* yaitu kemampuan untuk melawan arus pengaruh media.

Media merupakan sarana untuk menyampaikan suatu informasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Komunikasi menurut Hoveland (dalam Wiryanto, 2004:6) adalah proses di mana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain. Dewasa ini, media komunikasi elektronik merupakan media yang banyak digunakan oleh masyarakat seiring dengan perkembangan teknologi. Ketika menggunakan sebuah media, maka tentu akan melewati sebuah proses komunikasi melalui panca inderanya. Contohnya, saat seseorang menonton video pada media *Youtube*, berarti ia telah melewati proses komunikasi dengan melihat dan mendengar.

Secara perlahan, media dapat membentuk pandangan atau opini seseorang mengenai dirinya sendiri dan juga bagaimana cara seseorang tersebut berperilaku dalam kegiatan sehari-hari. Kehadiran teknologi yang semakin meningkat yaitu internet, menjadikannya sebuah alat untuk mencari berbagai informasi maupun hiburan, salah satunya informasi berbentuk audio dan visual (video). Melalui media ini, masyarakat menjadi mudah untuk melihat dengan jelas contoh

nyata yang ada di hadapannya. Apabila contoh tersebut dianggap lebih baik, maka hal tersebut akan dijadikan bahan atau model untuk peniruan, baik dari segi berpikir maupun berperilaku.

Saat mengakses suatu media, maka kita melakukan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan dari media dan mengarahkan perhatian terhadap pesan-pesan tersebut. Seseorang dapat dikatakan terkena terpaan media apabila terpengaruh oleh pesan yang ada di media tersebut, bukan karena medianya. Misalnya, ketika si A membeli sebuah ponsel baru dan ia mencoba mengakses sebuah video motivasi untuk belajar, kemudian A berubah menjadi semakin rajin dan pandai. Perubahan yang terjadi pada A ada karena intensitas mengakses dan bagaimana merespon pesan yang disampaikan dari video tersebut, bukan karena ponsel baru yang dimiliki.

Menonton video di *channel YouTube* Korea Reomit berhubungan dengan perilaku seseorang yang dapat dilihat dari aspek kognitif, afektif, dan behavioral (Rakhmat, 2008:219):

- 1) Efek Kognitif: terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
- 2) Efek Afektif: terjadi bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Berhubungan dengan emosi, sikap, atau nilai.

- 3) Efek behavioral: merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

## **2. Teori Peniruan / Teori Belajar Sosial**

Teori belajar sosial ini dikemukakan oleh Bandura yang menjelaskan bahwa kita belajar bukan saja dari pengalaman langsung, tetapi juga dari peneladanan. Tan (1981) juga Hardy (1989) mengemukakan bahwa pada prinsipnya teori belajar sosial menunjukkan sebenarnya setiap manusia tidak dilahirkan dengan memiliki suatu sikap atau nilai dari pandangan tertentu terhadap dunianya. Namun, manusia berkembang melalui lingkungannya dan kemudian mempelajari apa yang ada di lingkungan tersebut, sehingga tercipta perilaku baru. Teori ini menjelaskan bagaimana manusia belajar secara langsung dari pengalamannya sebaik-baiknya dan menjadikan sesuatu yang pernah diamatinya itu sebagai modelnya.

Menurut Suciati (2015:133) sikap dipandang oleh psikologi sebagai sebuah konstruk hipotetical. Meskipun tidak dapat dilihat dan diraba, namun sebuah sikap dapat kita kaji keberadaannya. Sebuah sikap merupakan predisposisi individu untuk berperilaku dengan cara yang khusus untuk merespon sesuatu di luar dirinya. Mengetahui sikap seseorang akan mendapatkan gambaran kemungkinan perilaku yang

timbul oleh orang yang bersangkutan. Perilaku dan sikap saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain.

Perilaku merupakan bentuk dari respon atau reaksi terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri. Sebuah perilaku terbagi menjadi dua, *pertama*, perilaku yang tampak atau bisa dirasakan oleh panca indera pengelihatan, seperti berbicara, menangis, marah, memukul, dan sebagainya. *Kedua*, perilaku yang tidak tampak, seperti berpikir dan merasakan. Perilaku juga merupakan salah satu tujuan dari sebuah proses komunikasi (Suciati, 2015:21). Dalam hal ini, perilaku merupakan hasil perpaduan antara faktor kognitif dan lingkungan. Artinya, kita mampu memiliki keterampilan tertentu bila terdapat jalinan positif antara stimuli yang kita amati dan karakteristik dari kita (Rakhmat, 2007:242).

Perilaku merupakan bentuk yang didasari dari teori pembelajaran sosial (*social learning*) dan imitasi merupakan teknik dimana seseorang belajar untuk mendapatkan teknik baru. Menurut Walgito (2006:21), imitasi adalah dorongan untuk meniru orang lain. Pada teori peniruan atau imitasi lebih menekankan kepada orientasi eksternal dalam pencarian gratifikasi. Karenanya, individu dipandang secara otomatis cenderung berempati dengan perasaan orang-orang yang diamatinya dan meniru perilakunya. Orang lain yang menjadi pembanding bagi diri sendiri berfungsi sebagai model (Rakhmat, 2011:214).

Perilaku meniru ini tidak terjadi secara langsung. Seseorang terlebih dahulu mengamati hal yang dijadikannya sebagai contoh atau model hingga kemudian melakukan tindakan yang sama dengan modelnya tersebut. Pada teori yang dikemukakan oleh Albert Bandura (1977) (dalam Syah, 2017:111-113), menjabarkan bahwa terdapat beberapa tahapan seseorang dalam melakukan proses belajar, yaitu:

1. Tahap Perhatian (*attentional phase*)

Pada tahap ini, seseorang memusatkan perhatian kepada suatu objek materi atau perilaku model yang lebih menarik terutama karena keunikannya dibanding dengan apa yang sudah diketahui sebelumnya.

2. Tahap Penyimpanan dalam Ingatan (*retention phase*)

Informasi dari obyek tadi kemudian disimpan dalam memori ingatan. Umumnya seseorang akan mengingat sesuatu apabila orang tersebut melihat materi atau perilaku objek secara jelas.

3. Tahap Reproduksi (*reproduction phase*)

Segala bayangan atau kode-kode simbolis yang berisi informasi pengetahuan dan perilaku yang telah tersimpan dalam memori seseorang diproduksi kembali.

4. Tahap Motivasi (*motivation phase*)

Tahap terakhir adalah tahap penerimaan dorongan yang dapat berfungsi sebagai '*reinforcement*', 'penguatan' bersemayamnya segala informasi dalam memori seseorang.

Pada perilaku imitasi, banyak hal yang bisa ditiru oleh individu di dalam kehidupannya. Misalnya, ketika seseorang melihat tata cara makan wanita *vlogger* di videonya, maka orang tersebut kemudian mempraktikkan gaya tersebut di kesehariannya. Menurut Gerungan (2004: 68) ada macam-macam perilaku imitasi yang dapat dilakukan, seperti :

- a. *Gaya berbicara* : proses peniruan yang dilakukan karena memperhatikan orang yang di kagumi lewat gaya bicaranya. Pada penelitian ini, seseorang kemudian mendapatkan informasi mengenai gaya bicara masyarakat korea melalui video di *channel YouTube* 'Korea Reomit'.
- b. *Gaya berpakaian* : pada proses peniruan ini tidak hanya meliputi gaya berbicara, namun juga gaya berpakaian atau busana seseorang yang dikagumi lewat panca indera. Setelah menonton di *channel YouTube* 'Korea Reomit', seseorang terinspirasi dengan gaya busana yang ada dalam video tersebut.

- c. *Cara menyatakan diri* : cara menyatakan diri meliputi beberapa aspek seperti cara memberi salam, dan kebiasaan seperti yang dilakukan orang yang diidolakan. Pada penelitian ini, seseorang yang telah menonton video di *channel YouTube* tersebut menjadi tahu bagaimana budaya, cara berperilaku, cara makan masyarakat di negara tersebut.

## F. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata *hypo* (kurang) dan *thesis* (pendapat). Hipotesis merupakan suatu pendapat atau pernyataan yang belum tentu kebenarannya dan masih harus diuji terlebih dahulu (Kriyantono, 2006:28). Maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

- **H<sub>0</sub>** : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas mengakses *channel YouTube* ‘Korea Reomit’ terhadap perilaku meniru
- **H<sub>a</sub>** : Terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas mengakses *channel YouTube* ‘Korea Reomit’ terhadap perilaku meniru

## G. Kerangka Pikir

Tindakan perilaku meniru dapat terjadi karena individu melihat apa yang ada dihadapannya secara berulang dan teratur hingga secara tidak sadar kemudian melakukan tindakan yang sama. Individu akan mengingat setiap perilaku yang dilihatnya dan hal tersebut tersimpan dalam memori

ingatan. Tindakan yang tersimpan tersebut kemudian dikeluarkan melalui perilaku di kehidupan sehari-hari. Hal inilah yang disebut dengan perilaku meniru, karena individu tersebut melakukan sikap yang sama dengan apa yang dilihat dan diingat.

Uma Sekaran (dalam Sugiyono, 2011:60) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variable yang akan diteliti. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variable independen dan dependen.

Dalam penelitian ini terdapat variable X atau variable independen yaitu Intensitas Mengakses, serta hubungannya dengan variable Y atau variable dependen yaitu Perilaku Meniru:



## H. Definisi Konseptual dan Operasional

### 1. Definisi Konseptual

- a. Intensitas mengakses : intensitas penggunaan internet seseorang terdapat 2 hal mendasar yang perlu diamati, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan oleh pengguna internet (Horrikan dalam Novianti, 2011:26).

Pada penelitian ini, juga melihat berapa jumlah tayangan video yang diakses oleh para *subscribers*.

b. Perilaku : suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan, yang dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung (Sunaryo, 2002:3). Imitiasi (peniruan) : proses belajar dengan cara meniru atau mengikuti perilaku orang lain (Sunaryo,2002:277). Adapun indikator yang menjadi ukuran adalah:

- Tingkat perhatian (*attention*) terhadap informasi dan objek pada video *channel YouTube* ‘Korea Reomit’
- Peningkatan terhadap informasi dan objek pada video *channel YouTube* ‘Korea Reomit’
- Reproduksi terhadap informasi dan objek yang diperoleh pada *channel YouTube* ‘Korea Reomit’
- Motivasi saat menirukan perilaku pada video *channel YouTube* ‘Korea Reomit’

## 2. Definisi Operasional

a. Intensitas mengakses adalah frekuensi dan lama menggunakan *channel YouTube* ‘Korea Reomit’ yang dilakukan oleh para *subscribers*, yang diukur dengan:

- Frekuensi mengakses (tingkat keseringan *subscribers* dalam mengakses)

- Sangat Sering (mengakses >7 kali seminggu)
- Sering (mengakses 5-6 kali seminggu)
- Cukup (mengakses 3-4 kali seminggu)
- Jarang (mengakses 1-2 kali seminggu)
- Tidak Pernah

➤ Lama mengakses (durasi *subscribers* dalam mengakses)

- Sangat Lama (mengakses >30 menit sehari)
- Lama (mengakses 20-25 menit sehari)
- Cukup Lama (mengakses 10-15 menit sehari)
- Kurang Lama (mengakses 3-5 menit sehari)
- Tidak Pernah

b. Perilaku meniru adalah kegiatan para *subscribers* dengan cara meniru/mengikuti perilaku dari Jang Hansol selaku tokoh di Korea Reomit, yang diukur dengan:

- Sangat Memperhatikan (nilai skala 5)
- Memperhatikan (nilai skala 4)
- Cukup Memperhatikan (nilai skala 3)
- Kurang Memperhatikan (nilai skala 2)
- Tidak Memperhatikan (nilai skala 1)

## Matriks

Variabel	Indikator	Item	Skala Data
Intensitas Mengakses	Frekuensi Mengakses	Seberapa sering mengakses <i>channel YouTube</i> 'Korea Reomit' dalam seminggu	a. Nilai skala 5
	Jumlah Video	Banyaknya video yang diakses per harinya	b. Nilai skala 4
	Lama Mengakses	Durasi yang digunakan untuk sekali mengakses <i>channel YouTube</i> 'Korea Reomit'	c. Nilai skala 3
Perilaku Meniru	Tingkat Perhatian	Memperhatikan informasi dan objek dalam video pada <i>channel YouTube</i> 'Korea Reomit'	d. Nilai skala 2
	Pengingatan	Menyerap informasi dan objek yang ada di dalam video pada <i>channel YouTube</i> 'Korea Reomit'	e. Nilai skala 1
	Reproduksi	Menirukan kembali objek yang dilihat dan diingat dari video pada <i>channel YouTube</i> 'Korea Reomit'	

	Motivasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan untuk menirukan gaya berbicara, cara makan, gaya hidup, dan kepribadian dalam video pada <i>channel YouTube</i> 'Korea Reomit'</li> <li>• Dukungan dari keluarga dan teman saat menirukan perilaku dari video pada <i>channel YouTube</i> 'Korea Reomit'</li> </ul>	
--	----------	--	--

## I. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Secara umum, berdasarkan tipologi (kedalaman ilmu), terdapat tiga tipe penelitian, yaitu: penelitian eksploratif (*explorative research*), penelitian deskriptif (*descriptive research*), dan penelitian eksplanatif (*explanative research*) (Solimun, dkk, 2018:5). Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatif. Pada penelitian eksplanatif, rumusan masalah secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua, yaitu permasalahan komparatif dan asosiatif. Khusus yang bersifat asosiatif dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: (a) Simetri, dimana sifat hubungan antar variabel tidak ada yang saling memengaruhi (nonkausalitas), (b) Asimetri, dimana hubungan antar variabel yang terjadi adalah bersifat

yang satu memengaruhi (independen) lainnya (dependen), dengan demikian bersifat kausalitas satu arah, dan (c) Resiprokal, yaitu hubungan antar variabel yang bersifat saling memengaruhi (kausalitas bolak-balik).

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan Kuisisioner (angket) dan Studi Dokumen. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011:142). Kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam hal dokumen, Bogdan menyatakan *“In most tradition of qualitative research, the phrase personal document is used broadly to refer to any person narrative produced by an individual which describes his or her own actions, experience and belief”* (Dalam sebagian besar tradisi penelitian kualitatif, frasa dokumen pribadi digunakan secara luas untuk merujuk pada narasi orang yang menggambarkan tindakan, pengalaman, dan keyakinan sendiri) (Sugiyono, 2011:240).

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. *Populasi*

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80). Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah seluruh *subscribers channel YouTube* “Korea Reomit” yang berjumlah 4,27 juta *subscribers*. Adapun karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- *Subscribers* berusia 15-25 tahun
- Aktif mengikuti *update* video dan perkembangan pada *channel YouTube* Korea Reomit

#### b. *Sampel*

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:9). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling*. Teknik ini dilakukan berdasarkan kemudahan data yang dimiliki oleh populasi. Peneliti bebas memilih siapa saja anggota populasi yang mempunyai data berlimpah dan mudah diperoleh peneliti

(Kriyantono, 2006:160). Jumlah sample diukur dengan rumus

Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = Margin error

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{4.270.000}{1 + (4.270.000)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{4.270.000}{1 + (4.270.000)(0,0025)}$$

$$n = \frac{4.270.000}{1 + 10.675}$$

$$n = \frac{4.270.000}{10.676}$$

$$n = 399,96$$

$$n = 400$$

Demikian, jumlah sample dalam penelitian ini adalah 400 orang.

#### **4. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas data merupakan pengujian untuk melihat apakah instrument telah mengukur konsep atau konstruk yang seharusnya diukur (Suryadi dkk, 2019:184). Uji validitas data dalam penelitian ini

dilakukan pada 30 orang penggemar anime Jepang. Adapun rumus untuk menghitung uji validitas data, digunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r$  = korelasi product moment

$n$  = jumlah banyaknya responden

$\sum x$  = jumlah skor item

$\sum y$  = jumlah total skor jawaban

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat skor jawaban item

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum xy$  = jumlah perkalian skor jawaban item dengan total skor

Peneliti kemudian datang kembali kepada non populasi, yaitu kepada penggemar Jepang (wibu), setelah 14-30 hari untuk menguji kembali jawaban.

Uji reliabilitas adalah tingkat konsistensi instrument dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Reliabilitas instrument juga memerlukan pengujian secara statistik. Instrument yang reliabel adalah instrument yang memberikan hasil yang konsisten (Suryadi dkk, 2019:187).

Dalam hal ini, uji reliabilitas dilakukan dengan teknik pengukuran ulang. Adapun rumus untuk uji reliabilitas adalah dengan rumus *product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r$  = korelasi product moment

$n$  = jumlah banyaknya responden

$\sum x$  = jumlah skor item

$\sum y$  = jumlah total skor jawaban

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat skor jawaban item

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum xy$  = jumlah perkalian skor jawaban item dengan total skor

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2011:147).

Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik *deskriptif* dan statistik *inferensial*. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan yaitu statistik *inferensial* yaitu dengan uji regresi sederhana. Statistik *inferensial*

adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono,2011:148).

Adapun rumus uji regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel response / variabel dependent

X = Variabel predictor / variabel independent

a = konstanta

b = koefisien regresi (kemiringan); besaran response yang ditimbulkan predictor

Nilai-nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$
$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Keterangan:

Y = Variabel response / variabel dependent

X = Variabel predictor / variabel independent