

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh terpaan drama Korea terhadap kriteria laki-laki idola mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan kriteria responden yaitu harus perempuan, berusia 18-23, berlangganan *Netflix*, penonton drama Korea, dan pernah menonton drama Korea berjudul *Start-Up*. 100 orang responden didapatkan melalui kuesioner yang diisi melalui *google form*. Setelah melakukan penelitian mulai dari pencarian data, pengolahan data, uji statistik, sampai analisis data, penelitian ini bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat terpaan pada responden di dalam penelitian ini terbilang cukup. Data yang ditemukan pada tabel III.13, yang mana data menunjukkan bahwa paling dominan responden memiliki tingkat terpaan yang sedang. Dari tabel bisa dilihat sebanyak 50 orang responden atau 50% dari keseluruhan responden memiliki tingkat terpaan drama Korea yang sedang. Sedangkan untuk responden dengan tingkat terpaan drama Korea yang tinggi ada sebanyak 24 orang responden atau sebanyak 24% dari total 100 orang responden.
2. Derajat mengidolakan laki-laki pada mahasiswa perempuan terhadap laki-laki *Flower Boy* terbilang rendah. Melalui tabel III.23 bisa dilihat bahwa sebanyak 39 orang responden atau sebanyak 39% dari 100 responden, memiliki tingkat mengidolakan laki-laki *Flower Boys* rendah. Kemudian untuk responden yang memiliki tingkat mengidolakan laki-laki *Flower Boy* tinggi ada sebanyak 24 orang atau 24% dari 100 orang responden penelitian.

3. Nilai *R Square* pada tabel III.25 menyimpulkan bahwa pengaruh variabel terpaan drama Korea terhadap kriteria laki-laki idola mahasiswa perempuan adalah sebesar 22.7%. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh intensitas menonton drama Korea rendah. Nilai 22.7% ini mencakup kriteria laki-laki idola seperti laki-laki yang terlihat cantik, laki-laki yang feminin, dan laki-laki drama Korea yang memiliki rambut panjang. Sedangkan sisanya yaitu sebesar  $(100 - 22.7 = 77.3\%)$  merupakan faktor lain di luar persamaan regresi ini. Artinya, meskipun sering menonton drama Korea *Start Up*, tidak selalu akan diikuti dengan semakin mengidolakan laki-laki idola *Flower Boy*. Nilai 77.3% diluar penelitian ini bisa karena faktor drama Korea lain atau bisa karena faktor aktor drama Korea yang lainnya yang tidak ada di dalam drama Korea *Start Up* yang menjadi objek penelitian di dalam penelitian ini.
4. Melalui persamaan regresi  $Y = 8.041 + 0.275X$ , dapat ditarik kesimpulan yaitu setiap terdapat penambahan sebesar 1% nilai terpaan drama Korea (X) maka nilai kriteria laki-laki idola drama Korea bertambah sebesar 0.275. Melalui persamaan regresi ada pengaruh terpaan drama Korea (X) terhadap kriteria laki-laki idola drama Korea (Y) yang bernilai positif.  $H_0$  ditolak karena melalui uji regresi linear sederhana didapatkan  $F_{hitung} = 28.796 > 3.94$  atau dengan kata lain terdapat hubungan linear antara variabel terpaan drama Korea (X) dengan variabel kriteria laki-laki idola drama Korea (Y).
5. Nilai  $r$  hitung yang ditemukan pada uji korelasi, variabel terpaan drama Korea (X) dan variabel kriteria laki-laki idola drama Korea (Y) sebesar  $0.477 > 0.195$  yang artinya variabel terpaan drama Korea (X) dan variabel kriteria laki-laki

idola drama Korea (Y) berhubungan atau berkorelasi. Nilai  $r$  hitung yang didapatkan masih di antara 0,40-0,70 yang artinya hubungan antara variabel terpaan drama Korea (X) dan variabel kriteria laki-laki idola drama Korea (Y) “cukup berarti.”

6. Pada penelitian ini bisa dilihat bahwa teori kultivasi masih relevan sampai saat ini. Bisa dilihat dari hasil uji korelasi yang bisa dikatakan membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat terpaan dalam menonton drama Korea, maka mahasiswa perempuan di Yogyakarta akan semakin mengidolakan *Flower Boy*. Sesuai dengan yang dikatakan George Gerbner dan Lawrence Gross dalam West dan Turner (2008, p. 82), yaitu pemahaman, persepsi, dan keyakinan masyarakat mengenai dunia sebagai akibat dari konsumsi media akan isi dari sebuah media.

#### 4.2 Saran

Selama berjalannya penelitian, peneliti mengalami beberapa kendala seperti pencarian responden, menentukan dampak terhadap responden, dan juga keterbatasan sarana untuk survei responden. Karena demikian, peneliti memberikan beberapa saran agar dapat dikembangkan atau diperbaiki untuk penelitian-penelitian serupa yang akan datang.

1. Akademis

Penelitian yang akan datang dengan pembahasan topik serupa bisa mengembangkan pemilihan responden di dalam penelitian. Cakupan responden, demografis atau pun geografis responden perlu menjadi pertimbangan utama. Cakupan responden yang terlalu luas dapat membuat penelitian menjadi lebih rumit. Selain itu untuk topik yang serupa, bisa menggunakan jenis penelitian

kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan agar bisa mengetahui lebih lebih *detail* dan mendalam perihal kriteria laki-laki idola bagi para penonton drama Korea.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa pengaruh variabel terpaan drama Korea terhadap kriteria laki-laki idola mahasiswa perempuan sebesar 22.7%. Nilai sisanya yaitu 77.3% yang merupakan faktor di luar penelitian merupakan faktor yang harus lebih diperhatikan pada penelitian selanjutnya. Nilai faktor di luar penelitian yang lebih besar dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya untuk bisa lebih kritis dalam merancang penelitian serupa.

Penelitian selanjutnya juga sebaiknya lebih teliti dalam membuat kuesioner. Sebaiknya membuat kuesioner yang efektif, seperti mudah untuk dimengerti dan mudah untuk dijawab oleh responden penelitian. Jika menemukan kesulitan di dalam membuat opsi jawaban di dalam kuesioner tertutup, ada baiknya menggunakan gambar-gambar agar memudahkan responden mengerti pertanyaan yang dimaksudkan.

Penelitian serupa yang akan datang juga bisa mempertimbangkan untuk bisa mengembangkan teori-teori yang dipakai di dalam penelitian. Untuk bisa mengetahui dampak dari media khususnya yang bentuknya seperti televisi, diharapkan bisa menggunakan teori yang merupakan pengembangan dari teori kultivasi.

## 2. Praktis

Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa terpaan dari drama Korea yang mampu mempengaruhi kriteria laki-laki idola mahasiswa di Yogyakarta, dapat digunakan sebagai acuan bagi penonton drama Korea. Dengan tingginya

terpaan dari drama Korea, penonton secara tidak sadar telah membentuk kriterianya dalam melihat laki-laki yang diidolakannya. Konsumsi drama Korea yang tinggi bisa menjadi saran bagi penonton untuk memperluas pengetahuan mereka pada informasi seputar Korea Selatan.



## Daftar Pustaka

- Adawiyah, Rabiatul. (2019). Fesyen, makanan, dan musik K-Pop terpopuler di Indonesia. Diakses melalui <https://lokadata.id/artikel/fesyen-makanan-dan-musik-k-pop-terpopuler-di-indonesia>
- Agustin, Dwina. (2017). Meksiko Negara Tersering Nonton Netflix. Diakses melalui <https://www.republika.co.id/berita/senggang/film/17/12/14/p0xikf284-meksiko-negara-tersering-nonton-netflix>
- Ardia, V. (2014). Drama Korea *dan Budaya Popular*. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(3).
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Audrey, Vanessa. (2020). 10 Potret Han Ji Pyeong Start-Up Ini Bikin Pedih Sekaligus Jatuh Hati. Diakses melalui <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/vanessa-audrey/10-potret-han-ji-pyeong-start-up-ini-bikin-pedih-sekaligus-jatuh-hati/10>
- Bungin, P. D. H. B., & Sos, S. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Buss, D. M., & Barnes, M. (1986). *Preferences in human mate selection*. Journal of personality and social psychology, 50(3), 559.
- Chan, B., & Xueli, W. (2011). *Of prince charming and male chauvinist pigs: Singaporean female viewers and the dream-world of Korean television dramas*. International Journal of Cultural Studies, 14(3), 291-305.
- Fathinah, E., Priyatna, A., & Adji, M. (2017). *Maskulinitas Baru dalam Iklan Kosmetik Korea: Etude House dan Tonymoly*. Patanjala, 9(2), 291958.
- Hairun, Y. (2020). *Evaluasi dan penilaian dalam pembelajaran*. Sleman: Deepublish.

- Halim, S. (2019). *Reportase: Panduan Praktis Reportase untuk Media Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Humphries, S. J. (2018). *Netflix and Chilling: Binge-Watching Behaviors and the Cultivation Effects of Horror Television Shows* (Doctoral dissertation, University of Hawai‘i at Mānoa).
- Indonesia, CNN. (2020). *Mengenal Karakter dan Pemain Drama Start-Up*. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20201016201819-220-559422/mengenal-karakter-dan-pemain-drama-start-up>
- Islamiyati, A. N., Kusuma, R. S., & Kom, M. I. (2017). *Drama Korea dan Khalayak (Penerimaan Perempuan Indonesia Terhadap Budaya dan Sosok Laki-laki yang ditampilkan dalam Tayangan Drama Korea)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Janati, Firda. (2019). *8 Drama Korea Favorit Sepanjang Tahun 2020*. Diakses melalui <https://www.kompas.com/hype/read/2020/12/31/211912266/8-drama-korea-favorit-sepanjang-tahun-2020?page=all>
- Jasmine, P. (2021). *Keyakunan dan Kerja Keras yang Membuahkan Hasil, Resensi Drama Korea " Start-Up"*. TarFomedia, 2(1), 73-75.
- Jayanti, Dwi Hadya. (2019). *Berapa Pelanggan Streaming Netflix di Indonesia?* Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/13/berapa-pelanggan-streaming-netflix-di-indonesia>
- Jin, B., & Jeong, S. (2010). *The impact of Korean television drama viewership on the social perceptions of single life and having fewer children in married life*. Asian Journal of Communication, 20(1), 17-32.

- Jung, S. (2010). *Korean masculinities and transcultural consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-pop idols (Vol. 1)*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Kartini, D. (2015). *Analisis Semiotika Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi Vaseline Men Body Lotion Versi 'darius Sinathrya'*. E-Journal Ilmu Komunikasi, 3, 1-12.
- Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia. (2020). *Hallyu: Gelombang Korea (한류: Korea Wave)*. Diakses melalui [https://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m\\_2741/contents.do](https://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do)
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran (1st ed)*. Jakarta: Kencana.
- Latifah, Devi. (2020). *10 Adu Pesona Nam Joo Hyuk dengan Outfit Santai Vs Formal di Start-Up*. Diakses melalui <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/devi-latifah/pesona-nam-joo-hyuk-dengan-outfit-santai-vs-formal-c1c2/full/10>
- Lee, S. (2012). *The structure of the appeal of Korean Wave texts*. Korea Observer, 43(3), 447-469.
- Luthfiati, S., & Gani, R. (2015). *Wacana Pria Ideal Dalam Majalah Wanita*. Prosiding Jurnalistik ISSN, 2460, 6529.
- Miyose, C. Y. (2015). *Unrealistic weeds of love and romance: The Korean drama and the "flower boy" genre*. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 2390.
- Moon, D. Y., & Kim, S. I. (2019). *Study of Korean-Content Development Strategy-Focusing on Netflix and Watcha Play*. Journal of Digital Convergence, 17(2), 399-404.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



- Purnamasari, Dinda. (2017). *Anak Muda Lebih Suka Serial Korea Ketimbang Sinetron*. Diakses melalui <https://tirto.id/anak-muda-lebih-suka-serial-korea-ketimbang-sinetron-coSM>
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*. ProTVF, 3(1), 68-80.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Gramedia.
- Sella, Y. P. (2013). *Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Indosiar (Studi Kasus Perumahan Pondok Karya Lestari Sei Kapih Samarinda)*. Jurnal ilmu komunikasi, 1(3), 66.
- Stefanie, Christie. (2020). *Review Drama: Start-Up*. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20201207153102-220-578973/review-drama-start-up>
- Subyakto, Gogor. (2020). *5 Alasan Untuk Merindukan Karakter Han Ji Pyeong 'START-UP', Second Male Lead yang Bikin Baper Sejuta Umat*. Diakses melalui <https://www.kapanlagi.com/korea/5-alasan-untuk-merindukan-karakter-han-ji-pyeong-start-up-second-male-lead-yang-bikin-baper-sejuta-umat-9410a7.html>
- Sudaryono, Dr. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Trisnaynt. (2020). *Diperankan Kim Seon Ho, 10 Adu Gaya Han Ji Pyeong Vs Cha Woo Shik*. Diakses melalui <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/trisnaynt/adu-gaya-han-ji-pyeong-vs-cha-woo-shik-c1c2/10>

- Tuncay, L. (2006). *Conceptualizations of masculinity among a “new” breed of male consumers*. *Gender and consumer behavior*, 8, 312-327.
- Vardiansyah, D. (2018). *Kultivasi Media dan Peran Orangtua: Aktualisasi Teori Kultivasi dan Teori Peran Dalam Situasi Kekinian*. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 15(1).
- Wahyuningtyas, V. N., & Agustiana, N. D. (2020). *Resepsi Mahasiswa Terhadap Maskulinitas Melalui Fashion Idol Kpop*. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 2(1).
- West, Richard dan Turner, Lynn H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wiyanto, A. (2002). *Terampil Bermain Drama*. Jakarta: Grasindo.
- Wulantari, R. A. (2017). *Konstruksi dan Reproduksi Maskulinitas Kelompok Muda Urban Kelas Menengah (Studi Fenomenologi di antara Penonton Drama Korea Selatan)*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 53-66.



**LAMPIRAN**

## Angket Penelitian

### Pengaruh Terpaan Drama Korea Terhadap Kriteria Laki-laki Idola Mahasiswa di Yogyakarta

#### A. Identitas Responden

1. Nama:

2. Berkuliah di Yogyakarta.

Ya

Tidak (tidak dapat lanjut mengisi kuesioner)

3. Jenis Kelamin:

Laki-laki (tidak dapat lanjut mengisi kuesioner)

Perempuan

4. Usia:

(18-23 tahun) (di luar itu tidak lanjut mengisi kuesioner)

5. Pernah menonton di antara Drama Korea berikut *Start-Up*.

Ya

Tidak (tidak dapat lanjut mengisi kuesioner)

## B. Terpaan Drama Korea

1. Saya memperhatikan aktor laki-laki yang bermain di dalam drama Korea yang saya tonton.

Selalu

Kadang-kadang

Tidak

2. Saya memperhatikan detail aktor laki-laki yang bermain di dalam drama Korea yang saya tonton.

Ya

Kadang-kadang

Tidak

3. Detail aktor di dalam drama Korea yang saya perhatikan:

Cara berpakaian aktor

Cara berbicara aktor

Bentuk tubuh aktor

Karakter aktor

Model rambut aktor

4. Seberapa sering membuka Netflix dalam 1 hari?

> 2 jam

1-2 jam

< 1 jam

5. Seberapa sering dalam 1 hari mengakses tayangan drama Korea dengan judul yang berbeda?

> 2 jam

1-2 jam

< 1 jam

6. Seberapa sering dalam 1 hari mengakses tayangan drama Korea *Start-Up*?

> 2 jam

1-2 jam

< 1 jam

7. Berapa kali dalam 1 minggu mengakses tayangan drama Korea dengan judul yang berbeda?

> 3 kali seminggu

2-3 kali seminggu

1 kali

8. Berapa kali dalam 1 minggu mengakses tayangan drama Korea dengan judul *Start-Up*?

> 3 kali seminggu

2-3 kali seminggu

1 kali

9. Berapa kali dalam 1 bulan mengakses tayangan drama Korea?

> 4 kali dalam 1 bulan

3-4 kali dalam 1 bulan

1-2 kali dalam 1 bulan

10. Berapa lama menonton drama Korea *Start-Up* dalam 1 episode?

< 30 menit

30 - 60 menit

sampai seluruh episode habis

11. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk bisa menghabiskan seluruh episode drama Korea *Start-Up* (16 episode)?

< 1 Minggu

1 Minggu - 1 Bulan

> 1 Bulan

C. Kriteria Laki-laki Idola

1. Saya mengidolakan laki-laki yang terlihat cantik.

Ya

Tidak

2. Saya mengidolakan laki-laki yang memiliki kulit putih mulus.

Ya

Tidak

3. Saya mengidolakan laki-laki yang memiliki rambut halus.

Ya

Tidak

4. Saya mengidolakan laki-laki yang memiliki sifat feminin.

Ya

Tidak

5. Saya mengidolakan laki-laki yang bertubuh tinggi.

Ya

Tidak



6. Saya mengidolakan laki-laki yang memiliki tubuh yang ramping.

Ya

Tidak

7. Saya mengidolakan laki-laki yang memiliki rambut yang panjang.

Ya

Tidak

8. Saya mengidolakan laki-laki yang memiliki rambut bergelombang.

Ya

Tidak

9. Saya mengidolakan laki-laki yang memiliki senyuman manis.

Ya

Tidak

