

## Pengaruh Drama Korea Terhadap Perilaku Imitasi Remaja The Effect Of Korean Drama On Imitating Behavior Of Adolescent

<sup>1</sup>Nur Hana Putri Aprillia, <sup>2</sup>Endri Listiani

<sup>1,2</sup>*Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung*

*Jl. Taman Sari No. 1 Bandung 40116*

*email : <sup>1</sup>nhanapaprillia@gmail.com, <sup>2</sup>endri@unisba.ac.id*

**Abstract.** Korean fever (Korean wave) has now entered the country of Indonesia. The electronically media that contributed to the spread of the Korean wave is the internet. Most fans of the Korean Wave are teenagers. The character found in adolescents is identification behavior, an example of identification behavior can be seen from the number of teenagers who use foreign languages when they speak. Now many teenagers are slipped Korean terms into chats like "annyeonghaseyo (hello), Jal Gayo (see you), and Mannaseo bangawoyo (nice to meet you)". Based on the problems above, the purpose of this study was to find out how much influence does the Korean drama media had on the imitation of Korean language use among teenagers in Bandung. The theory used in this research is the S - R theory because the research shows communication as a simple reaction process and using social learning theory as the process of observing and imitating the behavior and attitudes of others as a model of an action learning. The method used in this study is quantitative with an associative explanation approach. Research data was obtained from questionnaires distributed among members of the Homey Korean Bandung community as a population. The sampling technique used is using simple random sampling technique. The results of the study analyzed using multiple linear regression analysis indicate that frequency, duration and attention as indicators of media exposure have an influence on imitation behavior, both separately and simultaneously. The contribution given by media exposure to imitation behavior is 43.2%, while the remaining 56.8% is explained by other factors not examined in this study.

**Keywords:** Korean Language, Imitation Behavior, Korean Drama, Media Exposure.

**Abstrak.** Demam Korea (*korean wave*) saat ini telah memasuki negeri Indonesia. Media yang berkontribusi dalam perkembangan *Korean wave* adalah internet. Kebanyakan penggemar dari *Korean Wave* ini adalah para remaja. Karakter yang terdapat pada diri remaja adalah perilaku identifikasi, contoh dari perilaku identifikasi tersebut dapat terlihat dari banyaknya remaja yang menggunakan bahasa asing saat berbicara. Kini banyak remaja yang menyelipkan istilah-istilah bahasa Korea dalam obrolannya seperti "*annyeonghaseyo* (halo), *Jal Gayo* (Sampai jumpa), dan *Mannaseo bangawoyo* (senang bertemu denganmu)". Berdasarkan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media drama Korea terhadap perilaku imitasi penggunaan bahasa Korea di kalangan remaja Bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori S – R dikarenakan penelitian ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi – reaksi yang sangat sederhana dan teori pembelajaran sosial karena proses mengamati dan meniru perilaku dan sikap orang lain sebagai model merupakan tindakan belajar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanasi asosiatif. Data penelitian didapatkan dari kuesioner yang disebarakan dikalangan anggota komunitas Homey Korean Bandung sebagai populasi. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian yang di analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa frekuensi, durasi dan perhatian sebagai indikator terpaan media memiliki pengaruh terhadap perilaku imitasi, baik secara terpisah maupun bersamaan. Adapun pengaruh yang diberikan oleh terpaan media pada perilaku imitasi adalah sebesar 43,2%, sedangkan sisanya sebesar 56,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** Bahasa Korea, Perilaku Imitasi, Drama Korea, Terpaan Media.

### A. Pendahuluan

Perkembangan media komunikasi modern, dewasa ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat berkomunikasi. Hal ini

dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Demam Korea (*korean wave*) saat ini telah memasuki negeri Indonesia terlihat dari stasiun TV di Indonesia

mulai menayangkan serial drama Korea. Hal itu diakibatkan penyebaran dan pengaruh budaya Korea di Indonesia, salah satu faktornya melalui drama serial.

TV sebagai media elektronik memainkan peran yang cukup penting dalam penyebaran drama Korea di Indonesia. Media elektronik yang juga tidak kalah penting dalam perkembangan *Korean wave* adalah internet. Melalui internet, informasi mengenai suatu peristiwa tertentu dapat ditransmisikan secara langsung, sehingga membuatnya menjadi suatu wadah yang sangat efektif. Melalui situs-situs yang menyediakan layanan untuk *streaming* drama Korea, menjadikan masyarakat lebih mudah untuk menjangkau drama Korea, tidak perlu menunggu tayang di TV, drama Korea di situs *streaming* selalu *update* drama Korea terbaru dan masyarakatpun dapat dengan mudah *download* drama tersebut agar dapat ditonton kapanpun dan dimanapun sesukanya.

Internet merupakan sarana paling mudah dan cepat menyebarnya *Korean wave* secara Internasional. Kebanyakan penggemar dari *Korean Wave* ini adalah para remaja, mengapa remaja, karena usia remaja, merupakan usia dimana seseorang sedang mengalami proses pencarian jati diri. Dalam proses tersebut perkembangan remaja dapat dipengaruhi oleh budaya yang merubah perilaku remaja (Ihromi, 2006:11). Ihromi mengatakan bahwa interaksi antara remaja dengan budaya yang sangat intens membuat remaja menyesuaikan diri dengan kehadiran budaya sehingga merubah perilaku remaja. Perubahan ini dapat terjadi karena salah satu karakter yang terdapat pada diri remaja adalah perilaku identifikasi (peniruan, penyeragaman). Untuk itu, mereka biasanya membutuhkan “panutan” untuk

dijadikan contoh dalam bersikap.

Contoh dari perilaku identifikasi atau peniruan yang dilakukan oleh remaja ini bisa kita lihat dari banyaknya remaja yang menggunakan bahasa asing saat berbicara. Saat ini tak asing lagi kita mendengar remaja dengan obrolan yang menyelipkan istilah-istilah dalam bahasa Korea seperti “*annyeonghaseyo* (halo), *Jal Gayo* (Sampai jumpa), *Mannaseo bangawoyo* (senang bertemu denganmu), *ne* (iya), *aniyo* (tidak), *gomasseuimnida* (terima kasih), *mian hamnida* (maaf), *chukahaeyo* (selamat), *kwaenchanayo* (tidak apa-apa)”. Penggunaan istilah bahasa Korea dalam obrolan remaja pada saat ini, sudah seperti hal yang lumrah. Terpaan budaya Korea yang salah satunya melalui tayangan serial drama Korea menjadikan para remaja tidak asing lagi dengan istilah-istilah dalam bahasa Korea.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Endri Listiani (2019), “*It can’t be denied; Korean dramas can control many people around the world. Not just only that, nowadays almost all of the entertainment produced by South Korea seems to be one of the world’s cultural industries. Talking about entertainment, actually it does not merely function as entertainment. But now, the entertainment is a commodity that becomes an ideological system that has its own values autonomously, including drama. The idea in the drama with everything added to it seems to be transformed into a prevailing ideology that goes into the minds of its audience.*” (Tidak bisa dipungkiri; drama Korea dapat mengendalikan banyak orang di seluruh dunia. Bukan hanya itu saja, saat ini hampir semua hiburan yang diproduksi oleh Korea Selatan tampaknya menjadi salah satu industri budaya dunia. Berbicara tentang hiburan, sebenarnya itu tidak hanya berfungsi sebagai hiburan.

Namun sekarang, hiburan adalah komoditas yang menjadi sistem ideologis yang memiliki nilai sendiri secara otonom, termasuk drama. Gagasan dalam drama dengan segala sesuatu yang ditambahkan padanya tampaknya ditransformasikan menjadi ideologi yang berlaku yang masuk ke benak penontonnya.)

Terpaan drama Korea sangat terasa kehadirannya terlihat dari fenomena yang terjadi pada kalangan remaja. Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa remaja di Kota Bandung yang menyukai drama Korea banyak menunjukkan perubahan perilaku. Perubahan perilaku seperti gaya bicara yang menggunakan istilah bahasa Korea sudah dilakukan oleh remaja Bandung saat ini. Peneliti menganggap fenomena tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh menonton tayangan drama seri Korea terhadap penggunaan bahasa Korea pada remaja Bandung.

## B. Landasan Teori

Fokus utama dalam penelitian ini adalah terpaan media drama Korea, sedangkan yang menjadi subyek penelitian adalah anggota komunitas Homey Korean Bandung. Pada penelitian ini, penulis menggunakan sebuah acuan dari tiga indikator terpaan media terdiri dari frekuensi, durasi dan perhatian sedangkan untuk variabel terikatnya (Y) adalah perilaku imitasi remaja.

Menurut Rosengren (dalam Lestari, 2015 : 488) *media exposure* di definisikan sebagai berikut : Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi,

dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Terpaan media diartikan sebagai kondisi dimana orang terpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens. Terpaan media adalah perilaku seseorang atau audiens dalam menggunakan media.

Menurut Rosengren ( dalam Kurniawan, 2012 : 7) mengungkapkan , untuk mengukur terpaan media dapat dilihat dari 3 faktor :

1. Frekuensi , diukur berdasarkan berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu
2. Durasi, penggunaan media, diukur berdasarkan berapa lama khalayak menggunakan media dan mengikuti suatu program.
3. Perhatian (atensi), proses mental seseorang dalam menyimak suatu program. Meliputi menonton dengan melakukan kegiatan lain, menonton dengan tidak melakukan kegiatan lain, dan menonton dengan melakukan diskusi.

Dan untuk variabel Y yang digunakan ialah perilaku imitasi. Menurut Gabriel Tarde (dalam Gerungan, 2011 : 33), Imitasi adalah contoh-mencontoh, tiru-meniru, ikut-mengikuti, dan menurut pendapat Tarde perkembangan proses imitasi dalam masyarakat sebagai rangsangan pikiran. Perilaku imitasi itu terjadi karena adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai model untuk ditiru.

Untuk membuktikan adanya pengaruh yang diberikan oleh drama Korea terhadap perilaku imitasi, maka diperlukannya landasan teori. Untuk landasan teori dari penelitian ini yaitu teori S-R dan teori pembelajaran sosial.

**Tabel 1.** Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan	Keterangan
Frekuensi	0,733	1,364	$0,733 > 0,10$ ; $1,364 < 5,0$	Tidak terjadi multikolonieritas
Durasi	0,627	1,594	$0,627 > 0,10$ ; $1,594 < 5,0$	Tidak terjadi multikolonieritas
Perhatian	0,755	1,324	$0,755 > 0,10$ ; $1,324 < 5,0$	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber: Pengolahan Data

Menurut Deddy Mulyana (2015 : 144), “Model S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan–tulisan), isyarat–isyarat nonverbal, gambar–gambar dan tindakan–tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Teori stimulus – respons ini termasuk proses pertukaran atau pemindahan informasi atau gagasan, proses ini dapat bersifat timbal–balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya.”

Teori S-R mengajarkan, setiap stimulus akan menghasilkan respons secara spontan dan otomatis seperti gerak refleks. Seperti bila tangan kita terkena percikan api (S) maka secara spontan, otomatis dan reflektif kita akan menyentak tangan kita (R) sebagai tanggapan yang berupa gerakan menghindar. Tanggapan di dalam contoh tersebut sangat mekanistik dan otomatis, tanpa menunggu perintah dari otak.

Sedangkan teori pembelajaran sosial berdasarkan hasil penelitian Albert Bandura (dalam Rakhmat, 2014 : 32) teori ini menjelaskan bahwa mereka meniru apa yang mereka lihat dari media. Melalui proses *observational learning* (pembelajaran hasil pengamatan). Menurut Bandura proses mengamati dan meniru perilaku dan

sikap orang lain sebagai model merupakan tindakan belajar.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Untuk membuktikan adanya pengaruh yang diberikan oleh terpaan drama Korea terhadap perilaku imitasi remaja, maka dilakukanlah perhitungan uji statistik sebagai berikut.

#### Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Multikolonieritas

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 1. , diketahui bahwa variabel frekuensi (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,733 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,364 lebih kecil dari 5,0 yang artinya tidak terjadi multikolonieritas, variabel durasi (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0,627 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,594 lebih kecil dari 5,0 yang artinya tidak terjadi multikolonieritas, dan variabel perhatian (X3) memiliki nilai tolerance sebesar 0,755 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,324 lebih kecil dari 5,0 yang artinya tidak terjadi multikolonieritas. Sehingga dapat disimpulkan data dalam

penelitian ini tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi multikolonieritas.

## 2. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 2. diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,123. Ini menunjukkan nilai signifikansi (0,123) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji dalam penelitian ini mengenai terpaan media dengan perilaku imitasi terdistribusi dengan normal, yang artinya data yang didapatkan memiliki sebaran yang merata yang mewakili populasi

## 3. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 3. , diketahui bahwa nilai signifikansi variabel frekuensi (X1) sebesar 0,780 , variabel durasi (X2) sebesar 0,103 , dan variable perhatian (X3) sebesar 0,822 . Ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki nilai signifikansi (0,780 ; 0,103 ; 0,822) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel frekuensi (X1) , variabel komitmen (X2) dan variabel perhatian (X3) tidak terjadi heterokedastisitas, yang artinya varian data yang diperoleh konsisten dan tidak bias.

**Tabel 2. Uji Normalitas**

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan	Keputusan
Terpaan Media dengan Perilaku Imitasi	0,123	$0,123 > 0,05$	Data Berdistribusi Normal

*Sumber: Pengolahan Data*

**Tabel 3. Uji Heterokedastisitas**

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan	Keputusan
Frekuensi	0,780	$0,780 > 0,05$	Tidak terjadi heterokedastisitas
Durasi	0,103	$0,103 > 0,05$	Tidak terjadi heterokedastisitas
Perhatian	0,822	$0,822 > 0,05$	Tidak terjadi heterokedastisitas

*Sumber: Pengolahan Data*

**Tabel 4.** Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.893	5.894		2.187	.031
	Frekuensi	.312	.126	.219	2.478	.015
	Durasi	.482	.145	.318	3.329	.001
	Perhatian	.629	.181	.302	3.468	.001

Sumber: Pengolahan Data

### Uji Kelayakan Model

#### 1. Uji t

- a. Variabel Frekuensi terhadap Perilaku Imitasi

Hipotesis:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara frekuensi menonton drama Korea terhadap penggunaan bahasa Korea.

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara frekuensi menonton drama Korea terhadap penggunaan bahasa Korea.

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,478. Dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$ , maka didapatkan nilai  $t_{tabel} = 1,983$ . Ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} (2,478) > t_{tabel} (1,983)$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara frekuensi terhadap perilaku imitasi.

- b. Variabel Durasi terhadap Perilaku Imitasi

Hipotesis:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara durasi menonton drama Korea terhadap penggunaan bahasa Korea.

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara durasi menonton drama Korea terhadap penggunaan bahasa Korea.

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,329. Dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$ , maka didapatkan nilai  $t_{tabel} = 1,983$ . Ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} (3,329) > t_{tabel} (1,983)$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara durasi terhadap perilaku imitasi.

- c. Variabel Perhatian terhadap Perilaku Imitasi

Hipotesis:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara perhatian dalam menonton drama Korea terhadap penggunaan bahasa Korea.

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan perhatian dalam menonton drama Korea terhadap penggunaan bahasa Korea.

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,468. Dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$ , maka didapatkan nilai  $t_{tabel} = 1,983$ . Ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} (3,468) > t_{tabel} (1,983)$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara perhatian terhadap perilaku imitasi

## 2. Uji F

Hipotesis:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media terhadap perilaku imitasi remaja penonton drama Korea dalam penggunaan bahasa Korea.

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media terhadap perilaku imitasi remaja penonton drama Korea dalam penggunaan bahasa Korea.

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 26,066. Dengan  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 96$  serta  $\alpha = 5\%$ , maka didapatkan nilai  $F_{tabel} = 2,70$ . Ini

**Tabel 5.** Uji F

Anova						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3234.724	3	1078.241	26.066	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3971.116	96	41.366		
	Total	7205.840	99			

Sumber: Pengolahan Data

**Tabel 6.** Koefisien Korelasi Parsial

Variabel	Nilai Korelasi	Keterangan
Frekuensi	0,480	Hubungan yang cukup berarti
Durasi	0,577	Hubungan yang cukup berarti
Perhatian	0,529	Hubungan yang cukup berarti

Sumber: Pengolahan Data

menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  (26,066) >  $F_{tabel}$  (2,70). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara frekuensi, durasi, dan perhatian terhadap perilaku imitasi secara bersamaan.

### Analisis Regresi Linear Berganda

#### 1. Koefisien Korelasi Parsial

- 1) Korelasi parsial antara variabel frekuensi (X1) dengan perilaku imitasi (Y) diperoleh sebesar  $r = 0,480$ . Nilai ini menunjukkan hubungan positif yang cukup berarti antara frekuensi (X1) dan perilaku imitasi (Y). Maksud dari hubungan positif yang cukup berarti adalah terjadi hubungan yang searah antara variabel (X1) dan (Y). Artinya bila nilai frekuensi (X1) naik, maka perilaku imitasi (Y) akan naik secara signifikan.
- 2) Korelasi parsial antara variabel durasi (X2) dengan perilaku imitasi (Y) diperoleh sebesar  $r = 0,577$ . Nilai ini menunjukkan hubungan positif yang cukup berarti antara (X2) dan (Y). Maksud dari hubungan positif yang cukup berarti adalah terjadi hubungan yang searah antara variabel (X2) dan (Y). Artinya bila nilai durasi (X2) naik, maka perilaku imitasi (Y) akan naik dengan cukup signifikan.
- 3) Korelasi parsial antara variabel perhatian (X3) dengan perilaku imitasi (Y) diperoleh sebesar  $r = 0,529$ . Nilai ini menunjukkan hubungan positif yang cukup berarti antara (X3) dan (Y).

Maksud dari hubungan positif yang cukup berarti adalah terjadi hubungan yang searah antara variabel (X3) dan (Y). Artinya bila nilai perhatian (X3) naik, maka perilaku imitasi (Y) akan naik dengan cukup signifikan.

#### 2. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi atau keeratan hubungan antara variabel Y (perilaku imitasi) dengan semua variabel X (frekuensi, durasi dan perhatian) sebesar 0,670 atau 67%. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel terpaan media (X) terhadap perilaku imitasi (Y). Sedangkan untuk koefisien determinasi (Adjusted R Square) didapatkan nilai sebesar 0,432 yang artinya bahwa kontribusi terpaan media drama Korea terhadap perilaku imitasi penggunaan bahasa Korea sebesar 43,2% dan sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Model Regresi

Persamaan Regresi

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 12.893 + 0,312 X_1 + 0,482 X_2 + 0,629 X_3$$

Dari persamaan di atas menghasilkan interpretasi sebagai berikut:

1. Jika variabel frekuensi meningkat dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka perilaku imitasi penggunaan bahasa Korea pada remaja juga akan meningkat.
2. Jika variabel durasi meningkat dengan asumsi variabel lainnya

tetap, maka perilaku imitasi penggunaan bahasa Korea pada remaja juga akan meningkat.

3. Jika variabel perhatian meningkat dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka perilaku imitasi penggunaan bahasa Korea pada remaja juga akan meningkat.

Dari hasil kuesioner penelitian yang sudah melalui uji statistika menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan pengaruh yang signifikan dari terpaan media yang terdiri dari variabel frekuensi (X1) variabel durasi (X2) dan variabel perhatian (X3) terhadap perilaku imitasi remaja dikalangan anggota komunitas Homey Korean Bandung. Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada data penelitian, diperoleh nilai adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,432 yang artinya bahwa kontribusi terpaan media terhadap perilaku imitasi remaja sebesar 43,2%.

Komponen dari terpaan media yakni frekuensi menonton drama

Korea, durasi menonton drama Korea dan perhatian yang diberikan para remaja saat menonton drama Korea terbukti dapat mempengaruhi para remaja dalam penggunaan bahasa Korea. Seperti yang dijelaskan oleh Rosengren (dalam Lestari, 2015 : 488) terpaan media di definisikan sebagai berikut : Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Lebih jelas lagi, “Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok.” (Hasanah, 2014 : 333). Terpaan media diartikan sebagai kondisi dimana orang terpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens.

**Tabel 7.** Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 <sup>a</sup>	.449	.432	6.432

*Sumber: Pengolahan Data*

**Tabel 8.** Model Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.893	5.894		2.187	.031
	Frekuensi	.312	.126	.219	2.478	.015
	Durasi	.482	.145	.318	3.329	.001
	Perhatian	.629	.181	.302	3.468	.001

*Sumber: Pengolahan Data*

Penelitian ini juga membutuhkan teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini yakni teori Stimulus - Respons yang berasumsi bahwa bahwa kata – kata verbal (lisan – tulisan), isyarat – isyarat nonverbal, gambar – gambar dan tindakan – tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu (dalam Deddy Mulyana, 2015 : 144). Teori stimulus – respons ini termasuk proses pertukaran atau pemindahan informasi atau gagasan, proses ini dapat bersifat timbal – balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya. Setiap stimulus akan menghasilkan respons secara spontan dan otomatis seperti gerak refleks. Dengan adanya rangsangan dalam kegiatan menonton drama Korea maka penonton cenderung akan memberikan sebuah respons, dalam hal ini respon yang diberikan adalah ketertarikan akan bahasa Korea.

Di sisi lain, penelitian ini juga membuktikan teori lain mengenai efek media, yakni teori pembelajaran sosial. Berdasarkan hasil penelitian Albert Bandura (dalam Rakhmat, 2014 : 32) , teori ini berasumsi bahwa orang cenderung meniru apa yang mereka lihat di media, teori pembelajaran sosial dapat menjelaskan secara langsung mengenai efek media terhadap remaja. Melalui proses *observational learning* (pembelajaran hasil pengamatan), proses mengamati dan meniru perilaku dan sikap orang lain sebagai model merupakan tindakan belajar. Dapat terlihat bahwa remaja cenderung meniru apa yang mereka lihat di media, dalam penelitian ini yaitu drama Korea melalui proses pembelajaran dari hasil pengamatan. Yang dipelajari remaja terutama dalam belajar sosial terjadi melalui peniruan (*imitation*) dan penyajian contoh perilaku (*modeling*).

Secara keseluruhan, dari

penelitian ini didapati bahwa frekuensi, durasi dan perhatian memegang peranan penting dalam efek media yang satu diantara adalah memberikan contoh atau model untuk ditiru kepada khalayak. Dalam penelitian ini, perilaku imitasi yang ditunjukkan oleh remaja penonton drama Korea ialah dalam segi penggunaan bahasa Korea

#### D. Kesimpulan

Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh frekuensi terhadap perilaku imitasi remaja dalam penggunaan bahasa Korea. Komponen variabel frekuensi yang dimiliki dalam terpaan drama Korea secara keseluruhan mendapat penilaian yang baik.
2. Terdapat pengaruh durasi terhadap perilaku imitasi remaja dalam penggunaan bahasa Korea. Komponen variabel durasi yang dimiliki dalam terpaan drama Korea secara keseluruhan mendapat penilaian yang baik.
3. Terdapat pengaruh perhatian terhadap perilaku imitasi remaja dalam penggunaan bahasa Korea. Komponen variabel frekuensi yang dimiliki dalam terpaan drama Korea secara keseluruhan mendapat penilaian yang baik.
4. Terdapat pengaruh frekuensi, durasi dan perhatian secara bersamaan terhadap perilaku imitasi remaja dalam penggunaan bahasa Korea. Penilaian yang baik terhadap variabel frekuensi, durasi dan perhatian membuat nilai perilaku imitasi yang dilakukan remaja dalam penggunaan bahasa Korea pun baik.

## Daftar Pustaka

- Aaker, A. David. 2002. *Ekuitas Merek (Edisi Indonesia)*. Jakarta: Mitra Utama.
- Alma, Buchari. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alvabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Syaifuddin. 2005. *Metode Penelitian*. Jogjakarta: Pustaka Belajar.
- Cangara, H. Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Darmadi, Sugianto dkk. 2010. *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif (Strategi, Program dan Teknik Pengukuran)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi dan C. Liana. 2001. *Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*. Jurnal Ekonomi Perusahaan. Volume IV Nomor