

**PENGARUH MENONTON TAYANGAN *KOREAN DRAMA*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Sosiologi Universitas Lampung  
Angkatan 2018 – 2019)**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**Dava Viona  
NPM 1816011053**



**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2022**

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH MENONTON TAYANGAN *KOREAN DRAMA* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Sosiologi Universitas Lampung Angkatan 2018-2019)**

**Oleh**

**DAVA VIONA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana tayangan drama Korea dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi Jurusan Sosiologi Universitas Lampung angkatan 2018 dan 2019. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Dalam penelitian ini terdapat dua metode pengujian instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah uji korelasi dan analisis regresi sederhana. Hasil menunjukkan bahwa: ada pengaruh yang signifikan antara menonton tayangan drama Korea terhadap perilaku konsumtif siswa yaitu 26,1% dilihat dari nilai korelasi sebesar 0,511 dan nilai koefisien determinasi atau (R Square) sebesar 0,261. Dapat disimpulkan bahwa menonton acara Drama Korea secara intens akan mengarah pada perilaku konsumtif, semakin sering seseorang menonton, maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif dalam berbelanja karena adanya pengaruh iklan di Drama Korea.

Kata kunci: Drama Korea, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF WATCHING KOREAN DRAMA SHOWS ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS (Case Studies on Students Majoring in Sociology at the University of Lampung batch 2018 and 2019)**

**By**

**DAVA VIONA**

This study aims to find out and analyze how Korean drama shows can affect the consumptive behavior of female students majoring in sociology Lampung University class of 2018 and 2019. The research method used in this study is a quantitative method with a correlation approach. The method of data collection is done by distributing questionnaires and documentation. There are two methods of testing research instruments, namely validity test and reliability test. The data analysis method used is the correlation test and simple regression analysis. The results showed that: there was a significant effect between watching Korean drama shows on the consumptive behavior of students, namely 26.1% seen from the correlation value of 0.511 and the value of coefficient of determination or (R Square) of 0.261. It can be concluded that watching Korean Drama shows intensely will lead to consumptive behavior, the more often someone watches, the higher the level of consumptive behavior in shopping due to the influence of advertisements in Korean Drama.

Keywords: Korean Drama, Consumptive Behavior, Students

**PENGARUH MENONTON TAYANGAN *KOREAN DRAMA*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA**  
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Sosiologi Universitas Lampung  
Angkatan 2018-2019)

Oleh  
**Dava Viona**

**Skripsi**  
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA SOSIOLOGI**

Pada  
**Jurusan Sosiologi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS LAMPUNG**  
**BANDAR LAMPUNG**  
**2022**

Judul Skripsi : **PENGARUH MENONTON TAYANGAN KOREAN  
DRAMA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswi  
Jurusan Sosiologi Universitas Lampung Angkatan  
2018-2019)**

Nama Mahasiswa : **Dava Viona**

No Pokok Mahasiswa : **181011053**

Program Studi : **Sosiologi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Drs. Suwarno, M.H.**  
NIP. 19650616 199103 1 003

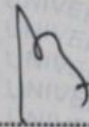
2. Ketua Jurusan Sosiologi

  
**Dr. Bartoyen Vivit Nurdin, M.Si.**  
NIP. 19770401 200501 2 003

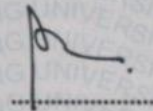
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Drs. Suwarno, M.H.



Penguji Utama : Drs. Abdul Syani, M.IP.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**  
NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2022



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 21 Juli 2022  
Yang membuat pernyataan,



Dava Viona  
NPM 1816011053

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Dava Viona, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 23 September 2000. Penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara, dari pasangan Bapak Khotib Hidayatullah dan Ibu Eva Novalia. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Saat ini penulis tinggal di Kecamatan Wayhalim, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung.

Adapun untuk Riwayat Pendidikan, penulis menempuh pendidikan formal dengan beberapa jenjang, yakni:

1. SD Negeri 2 Rawa Laut pada tahun 2006 dan lulus pada tahun 2012
2. SMP Negeri 4 Bandar Lampung pada tahun 2012 dan lulus pada tahun 2015
3. SMA Negeri 4 Bandar Lampung pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2018

Pada bulan Agustus tahun 2018, penulis diterima sebagai mahasiswa di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi (SBMPTN). Selanjutnya, pada bulan Februari tahun 2021 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Kelurahan Jagabaya II, Kecamatan Wayhalim, Kota Bandar Lampung. Serta, pada bulan Agustus tahun 2021 penulis mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Provinsi Lampung selama 40 hari.



## **MOTTO**

*Whatever you are, be a good one*  
(Dava Viona)

**Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum,  
hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri**  
(QS. Ar-Rad: 11)

**Karena sesungguhnya, bersama kesulitan akan ada kemudahan**  
(QS. Al-Insyirah: 5)

**Kebahagiaan kita tergantung pada diri kita sendiri**  
(Aristoteles)

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillah rabbil alamin,*

*Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan untuk segala urusan serta memberikan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis mempersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayang kepada :*

### ***Kedua Orang Tua***

*Papa & Mama*

*Terimakasih atas rasa cinta, kasih sayang, didikan, dukungan, pengorbanan, kesabaran yang tiada henti, serta doa-doa yang senantiasa selalu mengiringi perjalananku.*

### ***Adikku tersayang***

*Terimakasih untuk adikku Nurin Athaya yang tak lupa memberikan dorongan kepadaku sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir.*

### ***Sahabat-sahabatku***

*Terimakasih atas segala canda dan tawa, terimakasih sudah selalu ada disaat suka maupun duka, semoga Allah SWT senantiasa melindungi kalian dimanapun kalian berada.*

### ***Almamaterku***

*Universitas Lampung*

## SANWACANA



Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Menonton Tayangan Korean Drama Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna, dari baik materi pembahasan maupun tata bahasanya, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak pembaca. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya tulis ini diantaranya:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan ridho serta keberkahan ilmunya sehingga penulis dapat menyelesaikan serangkaian proses pendidikan dan penyusunan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Rektor, Wakil Rektor, segenap pimpinan dan tenaga kerja Universitas Lampung.
3. Ibu Drs. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

4. Bapak Dr. Deddy Hermawan, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Ibu Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosiologi Universitas Lampung.
6. Bapak Drs. Suwarno, M.H. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing dan mengajari penulis sampai skripsi penulis terselesaikan dengan baik. Terima kasih karena sudah banyak mengajarkan penulis untuk menjadi orang yang lebih bertanggung jawab terhadap kewajiban. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan segala kebaikan Bapak dibalas oleh Allah SWT.
7. Bapak Drs. Abdul Syani, M.IP. selaku Dosen Pembahas dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah memberikan banyak ilmu, saran, dan nasehat kepada penulis. Berkat ilmu yang Bapak berikan, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga Bapak selalu diberikan kesehatan dan dilancarkan segala urusannya oleh Allah SWT.
8. Bapak Pairul Syah, M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan saran kepada penulis selama proses pengajuan judul skripsi. Semoga segala kebaikan Bapak dibalas oleh Allah SWT.
9. Seluruh dosen Jurusan Sosiologi Universitas Lampung yang telah memberikan banyak ilmu serta pelajaran kepada penulis dari semester 1 hingga semester 7. Berkat ilmu yang diberikan, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Mas Rizky dan Mas Edi yang telah membantu urusan administrasi perkuliahan dari awal hingga akhir masa perkuliahan.
11. Papa tercinta, Khotib Hidayatullah yang telah bekerja keras agar penulis dapat duduk dibangku perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih selalu memberikan semangat dan nasehat dalam kehidupan penulis dari kecil hingga dewasa dan selamanya.
12. Mama tercinta, Eva Novalia yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan kepada penulis agar penulis selalu semangat dalam segala proses. Terima kasih untuk segala doa dan pengorbanan yang diberikan kepada penulis selama ini.

13. Adikku tersayang, Nurin Athaya yang selalu memberikan semangat dengan caranya sendiri tetapi tidak bisa mengatakan langsung kepada penulis.
14. Keluarga besar Tjiu Thiam Tet dan Raja Pemimpin, terima kasih atas doa dan dukungannya yang selalu diberikan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
15. Kepada M. Rasyid Permadi yang selalu bersedia dan direpotkan dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini, sudah menemani dan mendengarkan selama proses menyelesaikan skripsi.
16. Kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook. Terima kasih sudah menemani dan memberikan semangat kepada penulis melalui lagu-lagunya.
17. Sahabat setia penulis, Taya, Nina dan Ayu yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
18. Sahabatku, Pia, Ghina, Wawa dan Sindi. Terima kasih karena mau berjuang bersama dengan penulis dari awal sampai sekarang.
19. Teman-teman Barisan Belakang yang selalu memberikan canda dan tawa selama perkuliahan hingga saat ini.
20. Kepada seluruh keluarga besar Jurusan Sosiologi Universitas Lampung angkatan 2018. Terima kasih atas tahun-tahun kita bersama yang sangat berharga bersama kalian, *see you on top*.
21. Kepada seluruh pihak yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis, terima kasih sudah memberikan banyak dukungan dan bantuan kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik, tanpa kalian penulis bukan apa apa.

Akhir kata penulis sangat menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, 21 Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>SANWACANA .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah. ....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Menonton .....	7
B. <i>Korean Drama</i> .....	8
C. Perilaku Konsumtif.....	9
1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	9
2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif .....	10
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	10



D. Mahasiswa .....	13
E. Pengaruh <i>Korean Drama</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ...	14
F. Penelitian Terdahulu .....	15
G. Kerangka Berpikir .....	19
H. Hipotesis .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Tipe Penelitian.....	23
B. Lokasi Penelitian .....	23
C. Variabel Penelitian .....	23
1. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ).....	24
2. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	24
D. Definisi Konseptual.....	24
1. <i>Korean Drama</i> (X) .....	24
2. Perilaku Konsumtif (Y).....	25
E. Definisi Operasional .....	25
F. Skala Pengukuran .....	27
G. Populasi dan Sampel .....	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel .....	28
H. Sumber dan Jenis Data .....	29
1. Data Primer .....	29
2. Data Sekunder .....	29
I. Teknik Pengumpulan Data .....	29
1. Kuesioner/Angket .....	29
2. Dokumentasi .....	30
J. Teknik Pengolahan Data.....	30
1. Tahap Editing .....	30
2. Tahap Koding.....	30
3. Tahap Tabulating .....	30
4. Tahap Interpretasi.....	31
K. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen .....	31
1. Uji Validitas .....	31
2. Uji Reliabilitas .....	32
L. Teknik Analisis Data .....	33

1. Uji Kolerasi .....	33
2. Analisis Regresi Sederhana.....	34
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Sejarah Singkat Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Lampung .....	35
B. Visi, Misi, Tujuan Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Lampung .....	38
1. Visi Jurusan Sosiologi.....	38
2. Misi Jurusan Sosiologi .....	38
3. Tujuan Jurusan Sosiologi .....	38
C. Sasaran Pengembangan Jurusan Sosiologi .....	39
D. Fasilitas Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Lampung .....	39
E. Pengajar Tetap dan Staff Administrasi Jurusan Sosiologi .....	40
F. Mahasiswa/i Aktif Jurusan Sosiologi.....	44
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Identitas Responden .....	46
B. Hasil Penelitian.....	48
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	82
D. Hasil Uji Analisis Data.....	86
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>98</b>
A. Simpulan .....	98
B. Saran .....	99

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 2. <i>Scoring</i> untuk Jawaban Kuesioner .....	27
Tabel 3. Data Jumlah Mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2018 dan 2019 ...	28
Tabel 4. Pengajar Tetap Jurusan Sosiologi .....	41
Tabel 5. Mahasiswa/i Aktif Jurusan Sosiologi.....	45
Tabel 6. Identitas Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	47
Tabel 7. Identitas Responden Berdasarkan Media Saat Menonton.....	47
Tabel 8. Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> .....	49
Tabel 9. Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> Saat Memiliki Waktu Luang .....	50
Tabel 10. Menyukai Tayangan <i>Korean Drama</i> Yang Ditonton .....	51
Tabel 11. Merasa Alur Cerita <i>Korean Drama</i> Jelas dan Mudah Dipahami.....	52
Tabel 12. Tayangan <i>Korean Drama</i> Menjadi Sarana Hiburan Utama.....	53
Tabel 13. Mencari Informasi Tentang <i>Korean Drama</i> Yang Ditonton .....	55
Tabel 14. Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> Setiap Hari .....	55
Tabel 15. Durasi Waktu dalam Sehari Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> .....	56
Tabel 16. Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> Sampai Selesai.....	57
Tabel 17. Tertarik Menonton <i>Korean Drama</i> Karena Pemainnya.....	58
Tabel 18. Tertarik Menonton <i>Korean Drama</i> Karena Alur Ceritanya Menarik ...	59
Tabel 19. <i>Korean Drama</i> Menjadi Referensi dalam Bergaya.....	59
Tabel 20. Tertarik Menggunakan Produk Karena Iklan di <i>Korean Drama</i> .....	60
Tabel 21. <i>Genre Korean Drama</i> Yang Disukai .....	61
Tabel 22. <i>Genre Korean Drama</i> Yang Tidak Disukai .....	62
Tabel 23. Aktor <i>Korean Drama</i> Yang Disukai .....	63
Tabel 24. Aktris <i>Korean Drama</i> Yang Disukai .....	64
Tabel 25. Mudah Tergoda Membeli Produk Yang Dilihat di <i>Korean Drama</i> .....	68
Tabel 26. Membeli Produk Tanpa Pertimbangan Harga.....	69
Tabel 27. Batas Pertimbangan Harga Sebelum Membeli Produk.....	70

Tabel 28. Tidak Berpikir Ulang Sebelum Membeli Produk .....	70
Tabel 29. Saat Belanja Lebih Mementingkan Keinginan daripada Kebutuhan ....	71
Tabel 30. Membeli Produk Korea Karena Rasa Ingin Tahu .....	72
Tabel 31. Membeli Produk Korea Ketika Tidak Membutuhkannya.....	73
Tabel 32. Membeli Produk Korea Yang Sedang Diminati Banyak Orang .....	74
Tabel 33. Tidak Bisa Menunda Membeli Barang Yang Diinginkan .....	74
Tabel 34. Banyak Uang Yang Dikeluarkan Untuk Membeli Produk Korea.....	75
Tabel 35. Banyaknya Membeli Produk Korea dalam Sebulan .....	76
Tabel 36. Mengikuti <i>Trend</i> Korea Karena Tayangan <i>Korean Drama</i> .....	77
Tabel 37. Membeli Produk Yang Diiklankan Oleh Aktris Yang Disukai .....	78
Tabel 38. Produk Diiklankan Oleh Aktris Yang Disukai Pengaruhi Pembelian .	78
Tabel 39. Membeli Produk Ketika Aktris Yang disukai Mengiklankan.....	79
Tabel 40. Hasil Uji Validitas Variabel Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> .....	83
Tabel 41. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa .....	84
Tabel 42. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> ...	85
Tabel 43. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	86
Tabel 44. Hasil Uji Product Moment Pearson Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa .....	86
Tabel 45. Makna Nilai Korelasi Product Moment Pearson .....	87
Tabel 46. Hasil Regresi Sederhana Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Variables Entered/Removed) .....	88
Tabel 47. Hasil Regresi Sederhana Menonton Tayangan Korean Drama Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Model Summary) .....	88
Tabel 48. Hasil Regresi Sederhana Menonton Tayangan Korean Drama Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (ANOVA) .....	89
Tabel 49. Hasil Regresi Sederhana Menonton Tayangan Korean Drama Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Coefficients) .....	90
Tabel 50. Tabulasi Data Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> .....	119
Tabel 51. Tabulasi Data Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	120
Tabel 52. Perhitungan Uji Validitas Menonton Tayangan <i>Korean Drama</i> .....	122
Tabel 53. Perhitungan Uji Validitas Perilaku Konsumtif Mahasiswa .....	123
Tabel 54. Perhitungan Uji Korelasi dan Analisis Regresi Sederhana .....	125

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1. Drama Korea Tahun 2021 .....	9
Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian.....	21

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Belakangan ini budaya asing semakin di kenal bahkan digemari oleh masyarakat Indonesia, termasuk kalangan mahasiswi. Perkembangan teknologi mendorong masuknya budaya asing dan dengan cepat terakulturasi dalam masyarakat. Budaya terkait adalah budaya barat (Amerika dan Eropa) serta budaya Asia (Jepang, Korea Selatan, dan China). Salah satu budaya yang masuk ke Indonesia adalah Gelombang Korea atau *Korean Wave*. Menurut Simbar (2016), *Korean Wave* adalah sebuah istilah yang digunakan untuk mempromosikan budaya Korea Selatan secara internasional di berbagai tempat. Wijayanti (2012) menyatakan bahwa meningkatnya popularitas budaya Korea di seluruh dunia telah memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan masyarakat di seluruh dunia, termasuk masyarakat Indonesia. Gelombang Korea telah menyebar ke luar perbatasan Asia, menjadi terkenal di Amerika Serikat dan juga negara-negara lainnya. Media di China pertama kali menyebut *Korean Wave* pada awal 1990-an, dengan fokus pada popularitas budaya Korea di China, terutama pada saat drama Korea mulai menyebar dan menjadi populer di China (Korean Culture and Information Service, 2011:9).

Mulai dari drama, musik hingga pakaian bahkan makanan, gaya hidup orang Korea tercermin dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di seluruh dunia. fenomena yang dikenal sebagai *Korean Wave* atau gelombang Korea muncul sebagai akibat dari meningkatnya minat dan penerimaan masyarakat umum terhadap budaya dan nilai-nilai Korea (Simbar, 2016).



Drama Korea adalah salah satu produk dari *Korean Wave*. Drama Korea merupakan drama TV Korea yang dikemas dalam bentuk miniseri yang diproduksi dalam bahasa Korea Selatan. Drama Korea pertama kali menjadi terkenal di seluruh dunia jauh sebelum musik, pakaian, makanan dan budaya Korea lainnya (Galuh, 2019). Drama Korea dikemas untuk menarik penonton dari berbagai belahan dunia. Drama Korea biasanya menampilkan budaya pakaian masyarakat Korea dan hal tersebut menjadi sorotan penonton, seperti untuk pakaian formal mereka biasanya menggunakan jas dan gaun, sedangkan untuk pakaian sehari-hari mereka memakai pakaian sesuai kondisi musim di Korea.

Drama Korea biasanya memperkenalkan produk melalui iklan, yang dimaksudkan untuk membantu penonton menjadi tertarik dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Korea dan dengan cepat terinternalisasi dalam gaya hidup penonton. Pengaruh iklan sangat efektif dalam menyebarkan budaya Korea. Hal ini membawa banyak produk Korea ke pasar internasional, termasuk Indonesia terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Saat ini perkembangan *fashion* Korea di Jakarta dapat dilihat melalui toko-toko yang menjual perlengkapan *fashion* seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan lainnya sesuai dengan *trend* Korea. Jika anda mengunjungi *e-commerce* atau *online shopping*, anda akan menemukan banyak produk kecantikan, pakaian, dan aksesoris budaya Korea. Pemilik industri hiburan dan pemerintah Korea Selatan, telah berhasil mengubah pola pikir para penggemar *Korean Wave* yang mencintai budaya Korea melalui drama dan musik yang kini merambah pada *Korean Fashion*.

Makanan Korea juga merupakan salah satu produk dari *Korean Wave*. Makanan Korea atau *Korean Food* merupakan makanan tradisional masyarakat Korea yang dimasak dengan menggunakan teknik dan metode memasak Korea. Makanan Korea adalah kombinasi dari teknik memasak China dan Jepang, yaitu dengan metode merebus, mengukus, dan mencampurnya dengan minyak sayur (Alvita, 2017). Makanan Korea

menjadi sangat populer di Indonesia, karena banyak orang Indonesia yang ingin mencicipi apa yang dimakan artis Korea secara langsung setelah menonton drama Korea atau *reality show* Korea. Selain itu, orang Indonesia tertarik dengan apa yang sedang populer saat ini, karenanya ada begitu banyak restoran Korea dan makanan Korea di Indonesia. Masyarakat Indonesia biasanya tertarik dengan budaya selain kebudayaannya sendiri dan ingin memperkenalkan kebudayaan tersebut kepada orang lain.

Masuknya fenomena budaya Korea, anak-anak muda khususnya yang menonton drama Korea, mulai mengkonsumsi sebuah budaya baru. Interpretasi atau internalisasi pemikiran seseorang tentang materi yang digunakan mungkin mengarah pada pada cara hidup baru. Cara mereka menjalani hidup memberikan mereka identitas yang berbeda. Dengan kata lain, ada pilihan untuk mengkonsumsi produk budaya akan termanifestasi ke dalam gaya hidup. Pengendalian diri yang dimiliki oleh remaja ini dapat berdampak pada keadaan ini. Mengendalikan diri sendiri dapat didefinisikan sebagai kegiatan pengendalian tingkah laku diri sendiri.

Menurut Calhoun dan Acocella (Arlyanti, 2012:7) pengendalian diri yang optimal dapat membantu individu beradaptasi dengan lingkungannya sekaligus mencegah terjadinya penyimpangan perilaku. Orang yang melakukan *self gendalize* cenderung lebih proaktif dalam mencari informasi dan menggunakannya untuk *self gendalize* lingkungan mereka. Mereka juga memiliki lebih banyak rasa empati terhadap orang lain, mampu mengatasi rintangan, dan umumnya kurang emosional. Sehingga remaja diharapkan memiliki kontrol diri yang kuat dan mampu mengarahkan diri serta mengarahkan perilakunya ke arah yang positif.

Maraknya drama Korea dan frekuensi penayangannya yang sering di tayangkan di televisi komersial, sehingga tak heran jika saat ini remaja mulai terpengaruh dengan budaya Korea. Budaya Korea saat ini sangat diminati oleh kalangan remaja perempuan, termasuk mahasiswi. Melalui

munculnya artis-artis Korea dengan wajah yang menarik, kulit putih dan bersih, serta memiliki badan yang tinggi membuat remaja meniru budaya sang idola mereka. Menurut survei dan beberapa wawancara dengan mahasiswi Jurusan sosiologi Universitas Lampung penggemar *Korean Drama*, mereka mengatakan bahwa mereka telah melakukan pembelian berupa baju, aksesoris, *make-up*, dan juga makanan-makanan Korea yang dijual di pasaran maupun di restoran serta menghabiskan puluhan ribu hingga ratusan ribu rupiah di setiap pembelian.

Korea memiliki *genre* drama yang telah menjadi terkenal di seluruh negara Asia Tenggara, khususnya secara tidak langsung telah menjadi bagian dari globalisasi. Bagaimana kehidupan sehari-hari dilihat dan dipelajari melalui konsumsi dari penerapan drama seri tersebut. Melalui drama Korea, terpaparkan bagaimana rincian tentang kehidupan, kebiasaan, ciri sosial, adat istiadat dan kemajuan negara tersebut dalam balutan hiburan drama Korea (Korean Culture and Information Service, 2011: 30). Fenomena drama ini telah menghasilkan budaya sebagai produk globalisasi yang berkaitan dengan imperialisme yang merujuk pada imposisi dari nilai budaya, pengetahuan, norma perilaku dan gaya hidup suatu negara yang kemudian memengaruhi pada perilaku konsumerisme, hedonisme dan perkembangan komunikasi massa (Yang, 2012: 107).

Meningkatnya para penggemar drama Korea mendorong pihak produksi drama Korea untuk memanfaatkan peluang dengan merilis produk yang diiklankan oleh idola mereka atau produk yang berlabel dari Korea Selatan, seperti elektronik, kosmetik, pakaian, makanan, dan lain sebagainya. Produk-produk tersebut disebar luaskan ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Terdapat banyak sekali produk dari Korea Selatan yang dijual di pasar Indonesia. Peningkatan penjualan produk asal Korea Selatan ini mengakibatkan produk lokal menjadikan aktor dan aktris asal Korea Selatan sebagai *brand ambassador* untuk mendorong para penggemar membeli produk lokal tersebut, bahkan bukan hanya produk seperti pakaian,

minuman dan makanan, kosmetik atau produk perawatan kulit tetapi juga perangkat elektronik.

Mahasiswi dibuat seolah tampak tidak sadar membeli produk yang mereka inginkan dengan mengumpulkan uang saku yang diberikan oleh orang tua mereka untuk membeli barang-barang seperti kosmetik, pakaian, makanan serta aksesoris Korea. Menurut From (dalam Palupi, 2014) perilaku ini sering dilakukan secara berlebihan dalam upaya untuk memperoleh kesenangan, meskipun kesenangan yang dicapai hanya bersifat sementara. Pembelian berulang kali dapat diklasifikasikan sebagai pembelian impulsif. Pembelian impulsif merupakan salah satu penyebab dari perilaku konsumtif. Menurut Ancok (1995) perilaku konsumtif adalah sebuah dorongan dalam diri individu untuk mengkonsumsi tanpa batas, dengan kepentingan faktor emosional daripada faktor rasional; lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.

Pembelian berlebihan dapat menyebabkan seseorang berperilaku tidak rasional, termasuk pembelian yang dilakukan bukan hanya sekedar mendukung idolanya, tetapi pembelian dilakukan berulang kali sebagai sumber kebahagiaan dan pemenuhan diri. Kehadiran penggemar yang antusias dan mampu membeli barang yang banyak memotivasi banyak penggemar lainnya untuk menyamakan rasa fanatisme dan perilaku konsumtifnya ketika membeli produk yang sama dengan apa yang mereka lihat di tayangan drama Korea. Menurut Mangkunegara (2009) munculnya perilaku konsumtif dipicu oleh keinginan sesaat untuk membeli beberapa barang yang hanya untuk menemukan kesenangan dan kepuasan emosional seseorang sehingga menjadi sebuah hobi.

Dari sinilah peneliti melihat ada suatu permasalahan. Maka, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengangkat judul “Pengaruh Menonton Tayangan *Korean Drama* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada



## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Menonton**

Menonton adalah suatu kegiatan menggunakan panca indera mata untuk melihat atau memperhatikan sesuatu. Sebagai salah satu aspek perhatian, menonton bertujuan untuk menggali informasi baik dari televisi maupun yang lainnya. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (1994:592) mengatakan bahwa menonton adalah sebuah kegiatan visual (memperhatikan). Terkait dengan hal ini adalah suatu aktivitas visual (memperhatikan) sehingga menemukan informasi utama dari sesuatu yang dipandang (diperhatikan). Menonton merupakan suatu tindakan pasif, dikarenakan menonton program yang disajikan merupakan salah satu cara manusia belajar dengan mengamati, maka seseorang yang menonton mengalami proses pembelajaran observasional (pemodelan) yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, kegiatan menonton merupakan kegiatan yang membutuhkan intensitas dalam mengamati sebuah objek. Intensitas berarti kualitas kedalaman meliputi kemampuan, konsentrasi, tingkat frekuensi serta kedalaman cara atau sikap seseorang terhadap objek tertentu. Jadi, intensitas menonton dapat dipahami sebagai tingkat keseringan, kualitas kedalaman menonton atau durasi dan intensitas konsentrasi dalam menonton. Kebanyakan aktivitas menonton dimulai dari sebuah kebutuhan akan informasi yang kemudian terbentuk dan menjadi semacam ritual sehari-hari. Kegiatan menonton merupakan suatu proses yang kompleks, terjadi dalam praktik domestik, yang hanya dapat dipahami dalam konteks keseharian (Triwardani & Wicandra, 2007).



## B. *Korean Drama*

Drama Korea merupakan penyebab mulainya *Korean Wave* di berbagai negara. Drama Korea merupakan sebuah drama TV Korea yang dikemas dalam bentuk miniseri yang diproduksi dalam bahasa Korea Selatan (Simbar, 2016). Drama Korea atau *Koran Drama* merupakan salah satu acara yang paling banyak ditayangkan di saluran televisi. Masyarakat Korea Selatan senang menonton drama dan film serta mendengarkan musik. Perusahaan TV Korea mengeluarkan biaya besar untuk produksi satu drama, beberapa diantaranya telah mencetak kesuksesan dan diekspor ke luar negeri. Fenomena ini turut mempromosikan bahasa dan budaya Korea Selatan ke berbagai negara. Drama Korea adalah produk utama dari *Korean Wave* dan dinikmati tidak hanya didalam negeri, melainkan diberbagai negara. Awalnya, film Hongkong mendominasi bioskop-bioskop Asia, namun dengan hadirnya *Korean Wave*, film-film Korea mulai bersaing dan mampu mengubah posisi film Hongkong.

Drama korea biasanya dikemas dengan padat. Drama ini hanya memiliki 16-20 episode dalam setiap satu drama. Untuk drama kolosal, episode yang diberikan sekitar 30 episode, lebih panjang dari drama biasa. Drama-drama yang dikemas secara padat ini merepresentasikan konteks atau isi cerita dengan lebih jelas. Plot atau alur cerita yang kuat, *genre* yang beragam dan akting dari para pemain secara natural dan spontan menjadi penyebab maraknya Drama Korea di tanah air, sehingga tak heran jika saat ini banyak remaja yang terpengaruh dengan kehadiran budaya korea, terutama dalam segi penampilan atau pakaian yang dipakai dan makanan. Selain itu, cerita yang ditampilkan sesuai dengan budaya orang Asia pada umumnya, dengan menampilkan konsep mengenai cinta sejati, pengorbanan, dan konsep kehidupan lain yang tergambar dalam drama Korea tidak bertentangan dengan konsep kehidupan yang ada pada masyarakat Asia pada umumnya. Faktor-faktor ini yang menyebabkan drama Korea lebih mengena bagi masyarakat Asia dibandingkan dengan drama dari Barat.



**Gambar 1. Drama Korea Tahun 2021**

*Sumber: tribunnews.com*

## **C. Perilaku Konsumtif**

### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Menurut Fromm (1995) perilaku konsumtif adalah perilaku yang disebabkan oleh penggunaan sesuatu secara signifikan dan menggunakan segala hal yang dianggap mahal untuk memberikan kepuasan diri dan kenyamanan fisik bagi seseorang serta adanya dukungan pola hidup manusia yang didorong oleh rasa ingin untuk menciptakan kesenangan. Ancok (1995) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan cara seseorang untuk melakukan konsumsi tiada batas, di mana seseorang tersebut lebih menekankan faktor emosional daripada faktor rasional atau lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan.

Perilaku konsumtif dapat digambarkan sebagai suatu tindakan menggunakan produk yang tidak tuntas artinya, penggunaan produk hanya dilakukan dalam waktu singkat, kemudian akan menggunakan produk dengan jenis yang sama, tetapi merek yang berbeda dan membeli produk karena terdapat penawaran hadiah atau membeli sebuah produk karena sedang ramai yang memakai produk tersebut (Sumartono, 2002). Tambunan (2001) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi sesuatu produk yang sebenarnya tidak diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Menurut Lina dan Rosyid (1997), perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhannya, dan pembelian yang dimaksud tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*), namun telah menjadi faktor keinginan (*want*). Kotler dan Keller (2016:179) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif sebagai sebuah studi tentang bagaimana tindakan seseorang, organisasi, dan kelompok dalam melakukan pembelian, memilih dan mengimplementasikan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli.

## 2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Fromm (1995) mengatakan bahwa terdapat 3 aspek perilaku konsumtif, yaitu:

### a. Melakukan Pembelian *Impulsive*

Perilaku pembelian barang berdasarkan keinginan yang kuat dan hasrat tiba-tiba, biasanya merupakan pembelian yang bersifat emosional yang dilakukan tanpa berfikir terlebih dahulu sehingga tidak memikirkan apa yang terjadi di kemudian hari.

### b. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Pembelian yang dilakukan karena keinginan semata, tidak bernilai kebutuhan dan membeli bukan karena sebuah kebutuhan, namun membeli karena kesenangan.

### c. Tidak Bernilai Kebutuhan (*Non Rational Buying*)

Perilaku konsumsi yang hanya ingin memuaskan keinginan saja dan tidak memikirkan berapa banyak uang yang harus dikeluarkan.

## 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler (2005) adalah sebagai berikut :

### **3.1 Faktor Budaya**

#### **a. Budaya**

Budaya merupakan penentu paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki perilaku membeli sesuai dengan budaya dan pengaruh kebudayaan itu sendiri.

#### **b. Sub Budaya**

Sub budaya adalah identitas dan sosialisasi yang khas dari perilaku anggotanya. Sub budaya dibedakan menjadi empat, yakni kelompok kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis.

#### **c. Kelas Sosial**

Kelas sosial merupakan sebuah kelompok yang terorganisir secara hierarkis, relatif homogen dan permanen, dan para kelompoknya menganut nilai, minat dan perilaku yang sama.

### **3.2 Faktor Sosial**

#### **a. Kelompok Acuan**

Kelompok acuan merupakan sebuah kelompok yang mempunyai pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.

#### **b. Keluarga**

Keluarga adalah organisasi yang paling penting dalam masyarakat, dan keluarga merupakan kelompok referensi yang paling berpengaruh dan utama.

#### **c. Peran dan Status**

Peran mencakup kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh individu. Setiap peran menghasilkan status yang kemudian mencerminkan rasa hormat yang diberikan oleh masyarakat.

### 3.3 Faktor Pribadi

#### a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Sepanjang hidup, orang akan mengubah produk dan layanan yang mereka beli. Selera orang terkait makanan, pakaian, perabotan, rekreasi sering kali berkaitan dengan usia.

#### b. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Setiap individu yang mempunyai pekerjaan akan mempengaruhi produk dan layanan yang mereka beli, begitu juga dengan situasi ekonomi individu yang akan mempengaruhi sebuah pilihan produk terhadap barang dan jasa.

#### c. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang di dunia yang digambarkan pada kegiatan, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup mewakili keseluruhan diri individu yang berinteraksi dengan lingkungannya.

#### d. Kepribadian

Kepribadian merupakan kondisi kejiwaan manusia yang dapat dikenali dan dicirikan oleh respons yang relatif konsisten dan persisten terhadap rangsangan lingkungan. Kepribadian secara khas memiliki karakteristik bawaan, antara lain kepercayaan diri, dominasi, otonomi, dan kehormatan.

### 3.4 Faktor Psikologi

#### a. Motivasi

Motivasi merupakan kebutuhan yang kuat untuk mengarahkan individu dalam mencari kepuasan.

#### b. Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

c. Pembelajaran

Pembelajaran mengacu pada perubahan perilaku seseorang yang dihasilkan dari pengalaman.

d. Sikap

Sikap merupakan evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan perilaku seseorang terhadap sesuatu yang positif atau tidak menyenangkan dan sifat bertahan lama dari individu terhadap suatu hal atau gagasan.

#### **D. Mahasiswa**

Mahasiswa merupakan individu yang sedang menempuh pendidikan, baik melalui pendidikan formal maupun pembelajaran informal yang secara aktif menempuh melalui salah satu bentuk perguruan tinggi, termasuk akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut, dan universitas (Hartaji, 2012: 5). Mahasiswa diartikan dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI), sebagai individu yang belajar di Perguruan Tinggi (Kamus Bahasa Indonesia). Menurut Siswoyo (2007: 121) mahasiswa dapat diartikan sebagai seseorang yang sedang menuntut ilmu pada tingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.

Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan melaksanakan perencanaan. Berpikir kritis dan dapat bertindak secara cepat dan tepat adalah sifat yang cukup melekat pada diri seorang mahasiswa, yang merupakan prinsip saling melengkapi. Mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat dikategorikan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan secara perkembangan, tantangan perkembangan pada usia mahasiswa ini adalah memperkuat fondasi kehidupan (Yusuf, 2012: 27).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa merupakan seseorang peserta didik berusia 18 sampai 25 tahun yang

terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.

#### **E. Pengaruh Menonton Tayangan *Korean Drama* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Istilah *Korea Wave*, yang didefinisikan sebagai gelombang Korea terlihat seperti budaya pop baru yang berkembang di berbagai negara di dunia, tak termasuk Indonesia. *Korean Wave* (Gelombang Korea) merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan penyebaran budaya pop Korea keseluruh dunia (Shim, 2006). Mulai dari drama, musik, pakaian, makanan, hingga gaya hidup Korea mulai mewarnai kehidupan sehari-hari masyarakat di berbagai belahan dunia. Seiring berkembangnya budaya Korea yang dengan pesat dan luas serta diterima oleh masyarakat, maka fenomena *Korean Wave* dapat dengan mudah terjadi (Simbar, 2016).

Wijayanti (2012) mengatakan bahwa semakin populernya budaya Korea di dunia internasional berdampak besar bagi kehidupan masyarakat di seluruh dunia, termasuk masyarakat Indonesia. Demam Korea dipengaruhi juga dipengaruhi oleh sorotan media yang merupakan bagian dari karya produksi Korea. Hal ini juga dimanfaatkan sebagai sarana penjualan produk melalui *website* yang dibuat oleh para penggemar produk Korea (Jung, 2011).

Menurut Tartila (2014) penggemar budaya Korea umumnya dianggap selalu berlebihan dan konsumtif. Menurut Engel (dalam Muslich & Dewi 2017) perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang terlibat secara langsung dalam usaha memperoleh produk dan layanan. Membeli produk idola adalah sebuah keinginan individu bukan suatu kebutuhan, aktivitas dalam membeli barang sang idola adalah kesenangan yang bersifat sementara. Para fans cenderung terlibat dalam perilaku konsumtif dengan melakukan pembelian barang idolanya untuk memuaskan keinginannya yang tidak berdasarkan pada kebutuhannya. Perilaku konsumtif yang terjadi dalam

penggemar budaya korea ialah dengan membeli barang atau produk yang berhubungan dengan idolanya.

Sebagaimana dikemukakan oleh Astuti (dalam Patricia & Handayani, 2014) bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan tidak berdasarkan atas pertimbangan yang rasional. Penggemar budaya Korea cenderung mengabaikan kegunaan barang-barang tersebut, karena penggemar budaya Korea cenderung membeli segala sesuatu yang berhubungan dengan idola dan barang-barang dari yang murah hingga yang sangat mahal.

Berdasarkan hasil pemaparan, disimpulkan bahwa pengaruh *Korean Drama* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa merupakan perilaku pembelian sebuah barang atau produk Korea oleh penggemar drama Korea, sehingga menyebabkan perilaku konsumtif pada individu tersebut. Ketika para penggemar ini melakukan perilaku konsumtif, mereka cenderung mengabaikan kegunaan barang yang akan mereka beli, karena mereka membeli segala sesuatu yang berhubungan dengan drama yang ditonton mulai dari harga yang murah hingga yang sangat mahal, tanpa tahu kegunaan dari barang tersebut. Perilaku konsumtif yang terjadi pada penggemar budaya Korea ini tentu mengakibatkan dampak negatif bagi mereka. Menurut Irmasari (dalam Fitriyani, dkk. 2013) konsumsi berlebihan akan mengakibatkan konsekuensi yang negatif, seperti adanya kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang nantinya.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengidentifikasi metode penelitian dan bagaimana hasil yang didapatkan. Penelitian terdahulu digunakan peneliti untuk mengetahui bagaimana metode penelitian dan hasil



penelitian yang sebelumnya dilakukan. Kegunaan dari penelitian terdahulu adalah menjadi tolak ukur bagi peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mencantumkan beberapa referensi yang berkaitan dengan judul penelitian, antara lain:

1. Jurnal oleh Indah Apriliani, Lania Muharsih dan Nita Rohayati (2021) dengan judul “Fanatisme dan Perilaku Konsumtif pada Komunitas Penggemar K-Pop di Karawang” yang mengkaji tentang hubungan antara fanatisme dengan tingkat konsumsi. Ada atau tidak ada fanatisme yang mempengaruhi kebiasaan konsumen K-Pop di Karawang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kasual dan menggunakan teknik quota sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana fanatisme mempengaruhi resiko konsumsi di Karawang berdasarkan penggemar K-Pop. Mayoritas penggemar di Karawang rutin membeli produk minuman yang diiklankan oleh idolanya dengan tujuan mengumpulkan botol-botol minuman yang bergambar idola mereka. Selain itu, para penggemar juga membeli sebuah produk kopi agar mendapatkan *photocard* sebagai hadiahnya dan beberapa penggemar membeli dalam jumlah besar agar mendapatkan semua *photocard* yang tersedia. Mereka juga banyak membeli *merchandise official* atau *K-pop stuff* dengan harga yang mahal. Selain membeli produk minuman, para penggemar juga membeli produk kecantikan dan pakaian, produk-produk kecantikan bermerek dari korea atau yang dipromosikan oleh idola mereka.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus penelitian dan obyek penelitian. Fokus pada penelitian ini adalah fanatisme dari sebuah komunitas penggemar K-Pop, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada pengaruh drama Korea yang menyebabkan perilaku konsumtif.

2. Jurnal oleh Dzakkiyah Nisrina, Ineka Aprillia Widodo, Indah Bunga Larassari, dan Fikri Rahmaji dengan judul “Dampak Konsumerisme Budaya Korea (*K-Pop*) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang” tahun 2020 mengkaji tentang dampak fenomena budaya *K-Pop*. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Hasil studi ini menjelaskan bahwa budaya pop Korea cukup persuasif, yang mengarah pada perubahan cara hidup masyarakat umum tanpa menyadari efek kapitalisme. Akibat maraknya fenomena K-Pop mempengaruhi kebiasaan konsumsi di kalangan remaja. Sikap konsumtif ini merupakan dampak dari terbentuk dari adanya perkembangan globalisasi. Dampak dari konsumerisme ini mencakup berbagai bidang, antara lain ekonomi, sosial, dan budaya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus penelitiannya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Dzakkiyah Nisrina dkk lebih berfokus pada bagaimana dampak yang dihasilkan dari fenomena budaya *K-Pop* terhadap aspek ekonomi, sosial, dan budaya mahasiswa, sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada bagaimana drama Korea mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Jurnal yang berjudul “Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar Kpop di SMA Negeri 4 Surakarta” oleh Sindy Arti Wulandari, Atik Catur Budarti, dan Nurhadi tahun 2018 menganalisis tentang kegiatan sosial yang dilakukan oleh peserta didik sebagai seorang penggemar musik *K-Pop* dan bentuk perilaku konsumtif peserta didik penggemar *K-Pop*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengumpulan data pada penelitian ini didasarkan pada hasil wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari informan.

Menurut hasil survei, kegiatan sosial dan perilaku para penggemar *K-Pop* khususnya siswa di SMA Negeri 4 Surakarta antara lain meliputi kegiatan fisik, seperti menonton konser, bergabung dengan komunitas, dan kunjungan tempat yang mempunyai dimensi Korea dan aktivitas non-fisik seperti menonton dan *mendownload K-Drama* dan musik video. Selain itu, perilaku konsumtif yang dilakukan oleh penggemar K-pop di kalangan siswa SMA Negeri 4 Surakarta meliputi membeli album K-pop dalam jumlah yang besar, membeli *kpopstuff*, serta seperti mendatangi restoran yang berdimensi Korea dengan harga yang relatif cukup mahal. Penelitian ini juga menjelaskan, perilaku konsumtif yang dilakukan siswa penggemar *K-Pop* tidak hanya menjadi pemenuhan hasrat atau keinginan, tetapi menjadi sebuah konsumsi tanda yang berkembang seiring dengan semakin banyak aktivitas yang dilakukan sebagai penggemar *K-Pop*. Perilaku konsumtif bukan hanya dengan membeli saja, tetapi juga sudah menjadi tanda kebutuhan konsumsi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu obyek penelitiannya. Pada penelitian ini obyek penelitiannya hanya menyoroti penggemar salah satu produk dari *Korean Wave* yaitu penggemar *K-Pop*. Pada penelitian ini juga yang menjadi obyek penelitian adalah peserta didik SMA. Sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan yang menjadi obyek penelitian adalah penggemar dari *K-Drama*, serta obyek penelitian dalam penelitian yang dilakukan adalah mahasiswi.

4. Jurnal oleh Ida Ri'aeni, Musiam Suci, Mega Pertiwi, dan Tias Sugiarti (2019) dengan judul "Pengaruh Budaya Korea (*K-Pop*) Terhadap Remaja di Kota Cirebon" mengkaji tentang bagaimana pengaruh budaya Korea (*K-Pop*) terhadap remaja kota Cirebon dan bagaimana dampak yang ditimbulkan dari fanatisme budaya Korea. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data untuk penelitian ini didasarkan pada hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari informan.

Menurut survei bahwa pengaruh budaya Korea (*K-Pop*) terhadap remaja kota Cirebon dikarenakan mereka mengikuti komunitas Fans *K-Pop*. Para remaja menjadikan hal-hal berbau Korea seperti makanan Korea, *merchandise*, restoran makanan Korea dan sejenisnya sebagai hal yang menarik untuk dicoba. Akibat dari fanatisme kebudayaan korea tersebut menyebabkan dampak positif dan negatif terhadap remaja Kota Cirebon. Dampak positif yang dihasilkan adalah memberikan motivasi dan semangat, memiliki banyak hubungan pertemanan dengan sesama penggemar, menghasilkan keuntungan dari penjualan *online*, dan manfaat secara emosional. Sedangkan dampak negatif yang dihasilkan adalah fanatisme tersebut menyebabkan kesehatan mata menjadi berkurang, kesulitan tidur, dan konsumtif. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ida Ri'ani dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus penelitian dan obyek penelitian.

Pada penelitian ini lebih berfokus pada bagaimana pengaruh budaya Korea terhadap remaja dan dampak apa saja yang ditimbulkan dari fanatisme budaya Korea, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih berfokus pada bagaimana pengaruh dari drama Korea terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Obyek penelitian pada penelitian ini adalah remaja usia 15-18 tahun yang duduk di bangku SMA di kota Cirebon, sedangkan obyek penelitian pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mahasiswi usia 19-21 tahun (angkatan 2018 dan 2019) di Universitas Lampung.

## **G. Kerangka Berpikir**

Popularitas budaya Korea tentu berdampak pada kehidupan masyarakat dan menyebabkan ketertarikan bagi mereka yang menyukai. Salah satu yang menjadi daya tarik budaya Korea terletak pada banyaknya idola muda yang disukai saat ini. Penggemar rela menonton konser dan membeli barang-barang yang berhubungan dengan idolanya sebagai bentuk rasa dukungan

mereka kepada idolanya (Pertiwi, 2013). Dorongan konsumsi yang terbilang ekstrem dapat dilihat dari penggemar yang memiliki pola pembelian yang tinggi (Hoffman, dalam Chung, 2008). Perilaku tersebut kemudian diidentifikasi sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut bagi mereka menjadi cara untuk mewujudkan rasa cinta pada idolanya dan memberikan kepuasan diri. Artinya, dengan mereka membeli barang yang berhubungan dengan idolanya akan memberikan efek puas dan kesenangan dari pembelian tersebut.

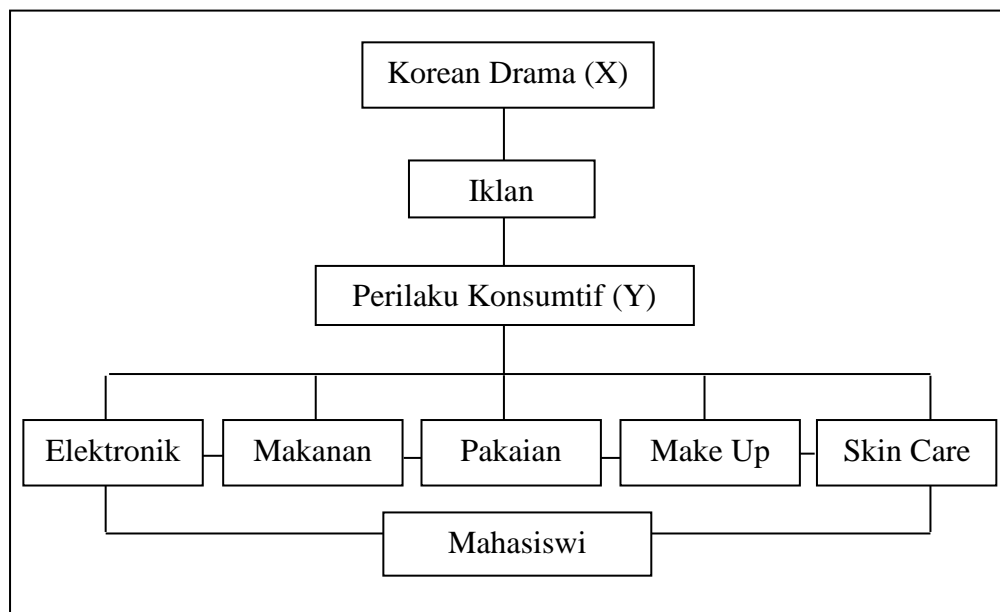
Salah satu bagian dari perilaku konsumtif adalah pembelian impulsif. Keinginan serta hasrat yang kuat menjadi perilaku yang mendasari pembelian impulsif. Thorne & Bruner (2006) menjelaskan bahwa penggemar memiliki kuatnya hasrat mereka dalam membeli barang yang memiliki hubungan dengan idolanya sebagai cara mereka mengekspresikan diri, mereka cenderung berusaha baik secara pribadi maupun finansial agar kebutuhan konsumsi mereka didukung.

Berdasarkan judul penelitian ini, peneliti menggunakan teori Behavioral Sosiologi dari Burrhus Frederic Skinner. Teori ini berfokus pada hubungan antara konsekuensi perilaku yang terjadi di dalam lingkungan aktor dengan tingkah laku aktor. Teori ini mencoba menjelaskan perilaku yang disebabkan oleh akibat-akibat yang mengikutinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu disebabkan oleh pengaruh dari lingkungan sekitar individu tersebut (Ritzer, 2010:73).

Teori masyarakat konsumsi dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard. Teori ini menggambarkan nilai pakai, nilai tanda dan simulasi dalam setiap aktivitas konsumsi yang dilakukan. Baudrillard menganggap objek konsumsi memiliki makna tertentu dari bentuk ekspresi yang ada sebelum komoditas. Pada masyarakat konsumen, kebutuhan ada akibat diciptakan oleh objek konsumen. Objek yang dimaksud merupakan klasifikasi objek itu sendiri atau sistem objek, sehingga konsumsi diartikan sebagai suatu

tindakan sistematis pemanipulasian tanda-tanda (*systemic act of manipulation of signs*). Mengonsumsi suatu produk secara berlebihan tanpa melihat faktor kebutuhan (*need*), tetapi didasarkan atas keinginan (*want*) tanpa melihat kegunaannya. Perilaku membeli yang berlebihan sebagai upaya seseorang untuk menciptakan kesenangan dan kebahagiaan yang bersifat semu. Apa yang dikonsumsi tersebut sebenarnya adalah bukan dari objek itu sendiri melainkan melalui sistem objek tersebut (Dermatoto, 2009).

Dalam penelitian ini terdapat variabel X dan variabel Y. Menonton tayangan *Korean Drama* (X) apakah akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Jadi dalam penelitian ini dapat digambarkan pengaruh antara X dan Y, sebagai berikut:



**Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian**

*Sumber: Dari Berbagai Sumber*

## H. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang dapat dijadikan dasar atau acuan peneliti dalam meneliti suatu permasalahan. Dugaan sementara yang dirumuskan pada penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Hi : Ada pengaruh yang signifikan antara menonton tayangan *Korean Drama* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

Ho' : Tidak ada pengaruh antara menonton tayangan *Korean Drama* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Tipe Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009:14) penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan sebagai cara dalam meneliti populasi atau sampel tertentu, biasanya pengambilan sampel dilakukan secara acak, dalam pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, sifat analisis data berupa kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan korelasi. Pendekatan korelasi merupakan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Korean Drama* dan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilaksanakan di Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2018 dan 2019. Diharapkan pemilihan lokasi ini dapat memenuhi kebutuhan data yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.

#### **C. Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016) variabel penelitian merupakan karakteristik, obyek yang memiliki variasi tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti



guna dipelajari dan ditarik kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel bebas merupakan variabel yang menyebabkan atau menjadi pengaruh perubahan atau adanya variabel terikat, dimana variabel ini dapat diukur dan dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan suatu gejala yang diteliti. Pada penelitian ini, variabel yang digunakan untuk variabel bebas adalah *Korean Drama*.

**2. Variabel Terikat (*Dependet Variable*)**

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif.

**D. Definisi Konseptual**

Menurut Singarimbun dan Effendi (2001:121) definisi konseptual menjadi suatu pemaknaan dari adanya suatu konsep penelitian yang berguna untuk memudahkan peneliti dalam realisasi konsep tersebut di lapangan. Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**1. *Korean Drama***

Drama Korea merupakan sebuah drama TV Korea yang berbentuk miniseri dan diproduksi dalam bahasa Korea Selatan (Simbar, 2016). *K-Drama* merupakan salah satu acara yang paling banyak ditayangkan oleh di saluran televisi. Plot atau alur ceritanya yang kuat, *genre* yang beragam dan juga akting dari pemain secara natural mengakibatkan kepopuleran Drama Korea, sehingga tak heran jika saat ini banyak remaja yang mulai terpengaruh dengan budaya korea, terutama dalam hal penampilan atau *fashion* dan makanan.

## 2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menjadi kegiatan individu dalam membeli ataupun mengonsumsi produk yang tidak terlalu penting, biasanya didasari atas pertimbangan rasional. Perilaku konsumtif yang marak terjadi dalam penggemar budaya Korea adalah membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya.

## E. Definisi Operasional

Definisi operasional akan menjelaskan dengan jelas terkait variabel, indikator yang membentuknya, serta skala pengukuran yang digunakan guna mencapai tujuan dalam memperoleh nilai dalam penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. *Korean Drama* (X)

Variabel *Korean Drama* akan diukur dengan menggunakan indikator frekuensi yakni seberapa sering responden melihat tayangan drama Korea, intensitas yakni tingkat pemahaman responden pada saat menonton tayangan drama Korea, durasi yakni seberapa lama responden menonton tayangan drama Korea, atensi yakni perhatian atau ketertarikan responden saat menonton tayangan drama Korea, *genre* drama Korea yakni jenis atau macam-macam drama Korea yang ditonton atau disukai oleh responden, dan pemain drama Korea yakni aktor atau aktris dalam drama Korea yang digemari oleh responden. Alat yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai variabel *Korean Drama* yaitu dengan kuesioner atau angket dengan skala pengukuran skala *likert* atau skala interval.

### 2. Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel perilaku konsumtif mahasiswa dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Sumartono (2002), yaitu pembelian secara impulsif, pembelian secara tidak rasional, pemborosan (*wasteful buying*) dan menggunakan barang karena unsur konformitas terhadap model yang mempromosikan. Alat yang digunakan untuk

mendapatkan informasi mengenai variabel perilaku konsumtif yaitu dengan kuesioner atau angket dengan skala pengukuran skala *likert* atau skala interval.

**Tabel 1.** Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Korean Drama</i> (X)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi menonton</li> <li>2. Intensitas pemahaman saat menonton</li> <li>3. Durasi menonton</li> <li>4. Atensi menonton</li> <li>5. <i>Genre Korean Drama</i></li> <li>6. <i>Pemain Korean Drama</i></li> </ol>	Interval     Nominal
Perilaku Konsumtif (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian secara implusif</li> <li>2. Pembelian secara tidak rasional</li> <li>3. Pemborosan (<i>wasteful buying</i>)</li> <li>4. Pemakaian produk karena unsur model yang mengiklankan</li> </ol>	Interval

*Sumber: Dari Berbagai Sumber*

## F. Skala Pengukuran

Pengukuran pada variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini adalah menggunakan skala *likert* atau skala interval. Skala *likert* dikembangkan oleh Rensis Likert, penggunaan skala *likert* bertujuan menguji persetujuan atau ketidaksetujuan responden untuk setiap pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Penggunaan skala *likert* bertujuan mengukur opini, persepsi, atau sikap seseorang dengan memberikan rentang nilai. Untuk setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (positif) atau tidak mendukung pertanyaan (negatif).

Pada penelitian ini skala yang digunakan adalah skala 1-5 untuk mendapatkan data yang interval, karena dapat memudahkan responden dalam memberikan pernyataan dari sangat rendah sampai sangat tinggi. Kemudian jawaban-jawaban responden akan diberikan bobot skor seperti:

**Tabel 2.** *Scoring* Untuk Jawaban Kuesioner

Jawaban Responden	Skor
Selalu	4
Sering	3
Kadang/Jarang	2
Tidak Pernah	1

*Sumber: Sugiyono (2012: 93)*

## G. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswi aktif Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2018 dan

2019. Berikut disajikan tabel mengenai data mahasiswi Jurusan Sosiologi angkatan 2018 dan 2019.

**Tabel 3.** Jumlah Mahasiswi Jurusan Sosiologi Angkatan 2018 2019

Angkatan	Jumlah
2018	54
2019	54
<b>Jumlah</b>	108

*Sumber: Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Lampung*

## 2. Sampel

Menurut Arikunto (2006:131) sampel merupakan sebagian populasi yang akan diteliti. Apabila sebuah penelitian dilakukan sebagian dari populasi maka dapat dikatakan bahwa penelitian tersebut merupakan penelitian sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teknik *Simple Random Sampling*. Dalam hal ini sampel yang dipilih secara acak dari keseluruhan unit analisis yang akan diteliti, yaitu sebanyak 108 mahasiswi. Sementara itu untuk menentukan sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan tingkat kepercayaan sebesar 90%. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(d)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Batas Toleransi Kesalahan (error)

Sampel mahasiswi jurusan Sosiologi angkatan 2018 dan 2019 sebagai berikut:

$$n = \frac{108}{1+108(0.1)^2}$$

$$n = \frac{108}{2.08}$$

n = 51,923 dibulatkan menjadi 52 subjek.

Berdasarkan perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin diatas ditemukan hasil bahwa subjek sampel sebanyak 52 mahasiswi.

## **H. Sumber dan Jenis Data**

### **1. Data Primer**

Menurut Arikunto (2013: 172) data primer merupakan pengumpulan data melalui pihak pertama, dapat dilakukan secara wawancara, jejak, dan lain-lain. Dapat disimpulkan bahwa data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari lapangan atau area penelitian. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini yaitu keseluruhan sampel mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2018 dan 2019.

### **2. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2012: 141) data sekunder merupakan pengumpulan data yang didapatkan dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari berbagai sumber. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang diambil dari sumber bacaan dan berbagai sumber lainnya dapat berupa buku, jurnal, skripsi, *review*, dokumentasi atau sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **I. Teknik Pengumpulan Data**

Beberapa teknik dalam pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dinilai penting karena sebagai bagian dari instrumen pengumpulan data akan menentukan berhasil atau tidaknya sebuah penelitian. Berikut beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian sebagai berikut:

### **1. Kuesioner**

Kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim kepada responden untuk diisi (Bungin,

2011). Penelitian ini menggunakan teknik kuesioner tertutup, dimana kuesioner dirancang untuk merekam data dengan memberikan alternatif jawaban yang harus dijawab oleh responden. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala *likert* dengan empat kategori. Kuesioner akan disebar dengan cara *online* menggunakan aplikasi *google form*.

## **2. Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2015: 329) dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

## **J. Tahap Pengolahan Data**

### **1. Tahap Editing**

Pada tahap editing, data yang diperoleh akan dicek kembali apakah ada kesalahan yang dilakukan pada saat pengisian kuesioner, baik yang tidak lengkap atau tidak jelas. Pada tahap ini, peneliti melakukan pengecekan terhadap kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk menyeleksi kuesioner apakah diisi dengan benar atau tidak benar. Sehingga kuesioner yang tidak sesuai tidak digunakan dalam hasil penelitian.

### **2. Tahap Koding**

Tahap koding atau pengkodean merupakan tahap memberikan kode atau tanda terhadap kuesioner dan jawabannya. Kode tersebut dapat berupa angka untuk nomor atau untuk nilai. Pada tahap ini memiliki tujuan untuk mempermudah pengolahan (analisis) data.

### **3. Tahap Tabulating**

Pada tahap ini, hasil kuesioner dimasukkan ke dalam tabel dengan menggunakan kode-kode yang telah dibuat oleh peneliti sebelumnya. Kemudian, untuk memudahkan pembaca memahaminya, interpretasi

diberikan dari bagian-bagian tabel yang sesuai atau dijelaskan secara kalimat.

#### 4. Tahap Interpretasi

Pada tahap ini, data yang diperoleh akan diinterpretasikan agar lebih mudah dipahami dan selanjutnya dibuat penarikan kesimpulan. Dalam tahap ini, setelah data-data tersebut selesai dihitung menggunakan SPSS, kemudian hasil tabel tabel dan hitungan diinterpretasikan dalam bentuk kalimat. Setelah itu, ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.

### K. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Menurut Sunyoto (2011) uji validitas merupakan alat ukur yang valid dari sebuah kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menentukan validitas instrumen adalah kolerasi *product moment* antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total.

Rumus :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien kolerasi antara variabel X dan variabel Y

N = Jumlah peserta

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara variabel X dan variabel Y

$\sum x$  = Jumlah nilai variabel X

$\sum y$  = Jumlah nilai variabel Y

$\sum x^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$  = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$  = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan



Adapun pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah:

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai positif atau signifikan  $>$  0,05 maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel dan signifikan  $<$  0,05 maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk menilai konsistensi sebuah kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban individu terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006).

Adapun pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0,70 (Nunnally, 1994). Dengan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Suatu konstruk/ variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,70 (Nunnally, 1994)
- b. Suatu konstruk/ variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $<$  0,70 (Nunnally, 1994)

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas yang dicari

$n$  = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = Varians total

Jika  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna. Jika  $\alpha$  antara  $0.70 - 0.90$  maka reliabilitas tinggi. Jika  $\alpha$   $0.50 - 0.70$  maka reliabilitas moderat. Jika  $\alpha < 0.50$  maka reliabilitas rendah. Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

## L. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode dalam memproses data menjadi sebuah informasi. Teknik analisis data dilakukan agar peneliti mendapatkan solusi dari suatu permasalahan penelitian yang sedang dikerjakan. Metode analisis data pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan uji kolerasi dan analisis regresi sederhana.

### 1. Uji Kolerasi

Uji kolerasi didefinisikan sebagai uji suatu hubungan. Uji kolerasi merupakan salah satu bentuk teknik analisis data dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Uji kolerasi dalam teknik analisis data sama dengan uji validitas, yang mana terdapat perbedaan dalam uji kolerasi digunakan untuk mencari tahu hubungan antara variabel (X) terhadap variabel (Y), sementara uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang berupa angket atau kuesioner sah atau valid nantinya.

Uji kolerasi dalam penelitian ini menggunakan rumus Pearson Product Moment, apabila  $r_{hitung}$  lebih ( $>$ ) dari  $r_{tabel}$  maka terdapat hubungan antara variabel (X) terhadap variabel (Y). Sebaliknya jika  $r_{hitung}$  kurang ( $<$ ) dari  $r_{tabel}$  maka tidak terdapat hubungan antara variabel (X) terhadap variabel (Y).

Rumus :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien kolerasi antara variabel X dan variabel Y

N : Jumlah peserta

$\sum xy$	: Jumlah perkalian antara variabel X dan variabel Y
$\sum x$	: Jumlah nilai variabel X
$\sum y$	: Jumlah nilai variabel Y
$\sum x^2$	: Jumlah dari kuadrat nilai X
$\sum y^2$	: Jumlah dari kuadrat nilai Y
$(\sum x)^2$	: Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan
$(\sum y)^2$	: Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

## 2. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengambil keputusan dimana akan menaikkan atau menurunkan suatu satuan atau fungsi variabel independent terhadap perubahan variabel dependent berdasarkan persamaan garis regresi. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana atau biasa disebut dengan regresi linier yang digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent variable*) dan satu variabel terikat (*dependent variable*). Model regresi yang digunakan adalah:

Rumus :

$$Y = a + b.X$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Variabel konsta

b = Koefisien arah regresi linier

Dimana nilai a dan b sebagai berikut:

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

#### **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

##### **A. Sejarah Singkat Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosioal dan Ilmu Politik Universitas Lampung**

Provinsi Lampung merupakan daerah dengan beragam suku serta budaya. Keanekaragaman suku dan budaya di wilayah Lampung menjadi modal dasar dan potensi pembangunan jika dikelola dengan baik oleh masyarakat menuju pembangunan taraf hidup yang progresif. Oleh karena itu, untuk mewujudkan hal tersebut perlu di dukung dengan sistem pendidikan multidisiplin yang memenuhi kebutuhan pembangunan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal inilah yang mendasari Universitas Lampung dengan Pemerintah Daerah Tingkat I Lampung sepakat untuk memimpin pengembangan perguruan tinggi dengan membuka jurusan dan program studi yang sejalan dengan pembangunan daerah.

Dalam Rancangan Pola Dasar Pembangunan Daerah Tingkat I Lampung, disebutkan bahwa Universitas Lampung akan dikembangkan menjadi 9 fakultas di bidang pendidikan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung hanya menawarkan satu jurusan yaitu Jurusan Sosiologi, yang pada awalnya masih berupa program studi di bawah payung koordinasi persiapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada tahun 1983. Setelah menerima surat dari keputusan Rektor Universitas Lampung No. 90/KPTS/R/983 tanggal 28 Desember 1983 tentang Panitia Pendirian Persiapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, program studi Sosiologi mulai membawa keluar kegiatannya.

Pada tanggal 21 Agustus 1984 diterbitkan Surat Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud No. 103/DIKTI/Kep/1984 tentang Jenis dan Jumlah Program Studi pada setiap jurusan di lingkungan Universitas Lampung. SK dirjen Dikti inilah yang mengukuhkan keberadaan program studi Sosiologi berada dalam lingkungan Fakultas Hukum sebagai Induk Persiapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan ditetapkan Drs. Abdulkadir, M.S sebagai Ketua Program Studi Sosiologi. Oleh karena itu, mulai tahun ajaran 1985/1986, Persiapan FISIP Unila menerima mahasiswa baru melalui jalur Penelusuran Minat dan Kemampuan (PMDK) dan jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (Sipenmaru).

Panitian pembukaan persiapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dibentuk dengan SK Rektor Universitas Lampung Nomor: 85/KPTS/R/1986 tanggal 22 Oktober 1986 Panitia Persiapan ini dipimpin oleh seorang ketua yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Rektor Universitas Lampung. Tugas panitia ditegaskan dengan SK Rektor Universitas Lampung Nomor: 111/KPTS/R/1989 tanggal 29 Desember 1989, bahwa panitia bertugas dan bertanggung jawab melaksanakan:

1. Penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran;
2. Penelitian dalam rangka pengembangan ilmu dan teknologi;
3. Pengabdian kepada masyarakat;
4. Pembinaan sivitas akademika;
5. Kegiatan pelayanan administratif;

Adapun ketua persiapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung sebagai berikut

1. Drs. A. Kantan Abdullah : 1985-1991
2. Drs. Abdul Kadir, M.S. : 1991-1997

Menurut SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tanggal 15 November 1995 Nomor: 0333/O/1995 tentang Pembukaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

resmi berdiri dengan dua program studi yaitu Program Studi Sosiologi dan Program Studi Ilmu Pemerintahan. Berdasarkan SK Dirjen Dikti Depdikbud RI Nomor: 37/ DIKTI/Kep/1997 tanggal 27 Februari 1997 status Program Studi yang bersangkutan dinaikkan statusnya menjadi Jurusan. Dengan status jurusan maka perubahan struktur pimpinan di Jurusan Sosiologi adalah Drs. Hartoyo, M.Si sebagai Ketua Jurusan Sosiologi, Drs. Sindung Haryanto, M.Si sebagai Sekertaris Jurusan Sosiologi dan Kepala Laboratorium Sosiologi dijabat oleh Drs. Benyamin, M.Si.

Pada tahun 2001 struktur organisasi Jurusan Sosiologi adalah Drs. Hartoyo, M.Si sebagai Ketua Jurusan Sosiologi dan Drs. Suwarno, M.H sebagai Sekertaris Jurusan Sosiologi. Sejak tahun 2004 perubahan struktur organisasi adalah Drs. Ikram Badila M.Si sebagai Ketua Jurusan Sosiologi dan Drs. Benjamin, M.Si sebagai Sekertaris Jurusan Sosiologi. Kemudian, pada tahun 2007 Drs. Benjamin, M.Si Si sebagai Ketua Jurusan Sosiologi dan Drs. Susetyo, M.Si sebagai Sekertaris Jurusan Sosiologi. Pada periode tahun 2010 dilanjutkan dengan struktur organisasi Jurusan Sosiologi sebagai berikut Drs. Susetyo, M.Si sebagai Ketua Jurusan Sosiologi dan Dra. Anita Damayantie, M.H. sebagai Sekertaris Jurusan Sosiologi. Kemudian periode tahun 2013 struktur organisasi Jurusan Sosiologi menjadi Drs. Susetyo, M.Si sebagai Ketua Jurusan Sosiologi dan Drs. Ikram Badila M.Si sebagai Sekertaris Jurusan Sosiologi. Pada periode tahun 2016 susunan organisasi jurusan sosiologi berubah menjadi Drs. Ikram Badila M.Si sebagai Ketua Jurusan Sosiologi dan Teuku Fahmi, S.Sos.,M.Krim / Damar Wibisono, S.Sos.,M.Si sebagai Sekertaris Jurusan Sosiologi. Susunan struktur organisasi dari Jurusan Sosiologi terus mengalami perubahan hingga kini di tahun 2022 susunan struktur organisasi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung sebagai berikut:

1. Ketua Jurusan Sosiologi : Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si
2. Sekretaris Jurusan Sosiologi : Damar Wibisono, S.Sos., M.Si
3. Kepala Laboratorium : Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.A

- |                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| 4. Ketua TPMP           | : Ifaty Fadliliana Sari, S.Pd., M.A |
| 5. Senat Wakil Dosen I  | : Prof. Dr. Hartoyo, M.Si           |
| 6. Senat Wakil Dosen II | : Drs. Usman Raidar, M.Si           |

## **B. Visi, Misi dan Tujuan Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**

### **1. Visi Jurusan Sosiologi**

“Pada tahun 2025 Jurusan Sosiologi Fisip Universitas Lampung menjadi jurusan unggulan dalam penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berorientasi kepada pengembangan manajemen pemberdayaan masyarakat”.

### **2. Misi Jurusan Sosiologi**

- a. Menyelenggarakan pendidikan Sarjana Strata 1 (S1) yang bermutu tinggi untuk memenuhi berbagai kebutuhan pemberdayaan masyarakat, sehingga menghasilkan lulusan yang bermutu tinggi dan berkecakupan khusus, serta mampu bersaing di tingkat lokal maupun nasional;
- b. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan teknologi sosial melalui penyelenggaraan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pengembangan manajemen pemberdayaan masyarakat;
- c. Menciptakan iklim akademik yang kondusif untuk mendorong sivitas akademika dalam meningkatkan kinerja secara berkesinambungan;
- d. Mengembangkan jaringan kerjasama (kemitraan) di bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional;
- e. Mengembangkan manajemen kelembagaan jurusan yang profesional dan bertanggung jawab.

### **3. Tujuan Jurusan Sosiologi**

- a. Menghasilkan lulusan yang berkualitas tinggi dalam hal penguasaan konsep-konsep dasar ilmu pengetahuan, teknologi, dan teori-teori sosial,

mampu menganalisis masalah-masalah sosial yang timbul pada masyarakat yang mengalami proses perubahan sosial ke arah kehidupan yang lebih maju, serta mampu menetapkan alternatif pemecahannya; mampu mengembangkan teori, metode, model, dan konsepsi-konsepsi sosial yang ilmiah dalam rangka peningkatan keahlian dan keterampilan;

- b. Menghasilkan temuan atau inovasi model-model pemberdayaan masyarakat berdasarkan disiplin ilmu pengetahuan dan teknologi sosial melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
- c. Mengamalkan ilmu pengetahuan dan teknologi sosial dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menunjang pelaksanaan otonomi daerah guna menuju terciptanya masyarakat madani.
- d. Mengembangkan manajemen pemberdayaan masyarakat melalui penguatan basis data dan fungsi konsultasi pembangunan komunitas, khususnya pada masyarakat perdesaan.

### **C. Sasaran Pengembangan Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**

1. Terselenggaranya proses pembelajaran yang bermutu tinggi dengan menggunakan prinsip-prinsip andragogi dengan sistem manajemen yang efektif dan profesional, inovasi IPTEK sosial, publikasi atau didesiminasi, dan aplikasi di masyarakat;
2. SDM berkualitas dan mandiri;
3. Terwujudnya iklim akademik yang kondusif, dinamis dan demokratis bagi pengembangan jurusan;
4. Terwujudnya jaringan kerjasama yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak dalam meningkatkan kinerja jurusan.

### **D. Fasilitas Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**

Sebagian besar ruang kelas Jurusan Sosiologi telah dilengkapi dengan perangkat pembelajaran yang menarik dan efektif, seperti *wireless*, *white*



*board*, dan OHP. Ruang kelas di Jurusan Sosiologi juga sudah nyaman dan fungsional, dimana dengan ukuran yang relatif memadai dilengkapi dengan AC, dan berbagai alat pembelajaran seperti LCD dan *proyektor slide*. Dengan terciptanya lingkungan belajar yang sehat dan ramah, diharapkan proses belajar dapat ditingkatkan dan dosen akan mampu menarik berbagai model pembelajaran serta mahasiswa nyaman pada saat terlibat dalam pembelajaran, sehingga meningkatkan kompetensi dalam mata kuliah.

Jurusan Sosiologi sudah memiliki ruang sendiri untuk operasional dan perencanaan proyek akademik serta administrasi. Selain itu, Jurusan Sosiologi juga memiliki beberapa ruang kerja dosen. Luas rata-rata ruangan adalah 20 m<sup>2</sup>. Setiap ruangan rata-rata diisi untuk tiga sampai empat dosen. Setiap ruang kerja dosen memiliki seperangkat komputer yang telah dilengkapi fasilitas internet. Penyediaan komputer ini tidak hanya bermanfaat untuk upaya pengembangan diri dosen, namun juga untuk memperlancar pelaksanaan tugas-tugas dosen, terutama dalam kaitannya penggunaan fasilitas SIAKAD-*On line*.

Fasilitas lain yang dimiliki oleh Jurusan Sosiologi adalah ruang laboratorium. Saat ini juga sudah ada *smart room* yang mana ruangan ini menjadi tempat pelaksanaan seminar proposal hingga seminar hasil mahasiswa. Pada lantai 1 gedung jurusan Sosiologi, berdekatan dengan ruangan dosen terdapat ruang baca yang banyak menyediakan buku-buku serta karya ilmiah yang dapat digunakan oleh civitas akademika jurusan Sosiologi. Pada ruang baca ini terdapat banyak buku-buku yang berkaitan dengan ilmu sosiologi, dari buku teks bahasa Indonesia hingga bahasa asing dan beberapa jurnal ilmiah.

#### **E. Pengajar Tetap dan Staff Administrasi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**

Jurusan Sosiologi Universitas Lampung memiliki jumlah pengajar tetap sebanyak 22 orang dan staff administrasi sebanyak 2 orang. Lebih lanjut,

untuk mendapatkan gambaran secara terperinci mengenai pengajar tetap dan staff administrasi Jurusan Sosiologi Universitas Lampung, berikut diuraikan data pengajar tetap dan staff administrasi berdasarkan data terbaru yang dimiliki oleh Jurusan Sosiologi:

### 1. Pengajar Tetap Jurusan Sosiologi

**Tabel 4.** Pengajar Tetap Jurusan Sosiologi

<b>Nama Dosen</b>	<b>NIP</b>	<b>Pangkat/Gol.</b>	<b>Pendidikan</b>
Drs. Abdul Syani, M. IP.	19570704 198503 1 025	Pembina Utama Muda/IV/C	S1- Universitas Gadjah Mada  S2- Universitas Lampung
Drs. Suwarno, M.H.	19650616 199103 1 003	Pembina/IV/a	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Lampung
Drs. Susetyo, M.Si.	19581004 198902 1 001	Pembina/IV/a	S1- Universitas Gadjah Mada  S2- Universitas Padjajaran
Drs. Pairul Syah, M.H.	19631012 199403 1 002	Pembina/IV/a	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Lampung
Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si.	19770401 200501 2 003	Penata Tk. I/III/d	S1- Universitas Andalas  S2- Universitas Indonesia  S3- Universitas Indonesia

**Tabel 4.** Pengajar Tetap Jurusan Sosiologi (Lanjutan)

Dra. Anita Damayantie, M.H.	19690304199403 2 002	Pembina/IV/a	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Lampung
Dra. Handi Mulyaningsih, M.Si.	19631216198902 2 001	Pembina/IV/a	S1- Universitas Diponegoro  S2- Universitas Gadjah Mada
Drs. I Gede Sidemen, M.Si.	19580415 198603 1 004	Penata/III/c	S1- Universitas Airlangga  S2- Universitas Gadjah Mada
Drs. Ikram, M.Si.	19610602198902 1 001	Pembina/IV/a	S1- Universitas Gadjah Mada  S2- Institut Pertanian Bogor
Prof. Dr. Hartoyo, M.Si.	19601208 198902 1 001	Pembina Utama Muda/IV/c	S1- Universitas Gadjah Mada  S2- Universitas Indonesia  S3- Institut Pertanian Bogor
Dr. Erna Rochana, M.Si.	19670623 199802 2 001	Penata/III/c	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Gadjah Mada  S3- Institut Pertanian Bogor

**Tabel 4.** Pengajar Tetap Jurusan Sosiologi (Lanjutan)

Drs. Usman Raidar, M.Si.	19601119 198802 1 001	Pembina/IV/a	S1- Universitas Hasanuddin  S2- Universitas Hasanuddin
Dra. Yuni Ratna Sari, M.Si.	19690626199303 2 002	Pembina/IV/a	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Padjajaran
Damar Wibisono, S.Sos., M.A.	19850315 201404 1 002	Penata Muda Tk. I/III/b	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Gadjah Mada
Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.Si.	19800131200812 2 003	Penata Tk. I/III/d	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Padjajaran
Dr. Asnani, S.Sos., M.Si.	231801850313201	-	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Gadjah Mada  S3- Institut Pertanian Bogor
Ifaty Fadliliana Sari, S.Pd., M.A.	19860913 201903 2 010	Penata Muda Tk. I/III/b	S1- Universitas Negeri Yogyakarta  S2- Universitas Gadjah Mada

**Tabel 4.** Pengajar Tetap Jurusan Sosiologi (Lanjutan)

Teuku Fahmi, S.Sos. M.Krim	19850530 200812 1 002	Penata Tk. I/III/d	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Indonesia
Fuad Abdulgani, S.Sos., M.A.	231801870116101	-	S1- Universitas Padjajaran  S2- Universitas Gadjah Mada
Muhammad Guntur Purboyo, S.Sos., M.Si.	19861129 201903 1 007	Penata Muda Tk. I/III/b	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Indonesia
Azis Amriwan, S.Sos., M.Si.	19850717 201903 1 014	Penata Muda Tk. I/III/b	S1- Universitas Lampung  S2- Universitas Indonesia
Junaidi, S.Pd., M.Sos.	19910901 201903 1 010	Penata Muda Tk. I/III/b	S1- Universitas Mataram  S2- Universitas Padjajaran

*Sumber: Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Lampung*

## **2. Staff Administrasi Jurusan Sosiologi**

- a. M. Rizki Pratama
- b. Edi Susanto, S.Kom

## **F. Mahasiswa/i Aktif Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**

Jurusan Sosiologi Universitas Lampung memiliki jumlah mahasiswa/i aktif 5 tahun terakhir (2017 – 2021) sebanyak 479 mahasiswa/i. Berikut lampiran

data jumlah mahasiswa/i aktif Jurusan Sosiologi dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021:

**Tabel 5.** Jumlah Mahasiswa/i Aktif Jurusan Sosiologi

<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah</b>
2017	109
2018	90
2019	80
2020	98
2021	102
<b>Jumlah</b>	<b>479</b>

*Sumber: Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Lampung*

## VI. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Popularitas budaya Korea kini mempengaruhi kehidupan masyarakat dan meninggalkan ketertarikan bagi para penggemarnya. Penggemar membeli barang-barang yang berkaitan dengan idola merupakan salah satu bentuk *support* terhadap idolanya. Penggemar yang memiliki pola konsumsi ekstrem berarti memiliki daya tarik pembelian yang tinggi. Perilaku tersebut kemudian digolongkan sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh penggemar drama Korea terhadap idolanya merupakan bentuk kepuasan diri dan wujud rasa cinta pada idolanya. Dengan kata lain, penggemar yang melakukan perilaku konsumtif dalam pembelian barang terkait idolanya akan merasakan kepuasan dan kesenangan dari pembelian tersebut. Perilaku konsumtif pada penelitian ini diakibatkan oleh pengaruh iklan yang dilihat di tayangan *Korean Drama*.

Dari segi penampilan, banyak dari penggemar *Korean Drama* yang terinspirasi dari gaya berbusana artis korea mulai dari *make up*, gaya berpakaian dan hal-hal yang berkaitan dengan budaya korea yang terdapat di *Korean Drama*. Bahkan dalam hal makanan, mereka menjadi lebih tertarik dengan makanan-makanan korea yang sering dilihatnya di *Korean Drama*. Dalam mewujudkan kegemarannya terhadap sesuatu yang dilihat di *Korean Drama*, mahasiswi harus mengeluarkan biaya yang cukup banyak sehingga hal tersebut termasuk ke dalam perilaku konsumtif apalagi melihat status mereka yang masih mahasiswi dan belum memiliki penghasilan sendiri. Terlebih lagi barang-barang tersebut bukan barang kebutuhan pokok untuk mahasiswi.

Menonton tayangan *Korean Drama* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Sosiologi memiliki hubungan atau pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 26,1%. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji kolerasi dan regresi sederhana yang mana diketahui nilai  $r_{hitung}$  sebesar 0,511 lebih ( $>$ ) dari  $r_{tabel}$  0,273, dan pengaruh sebesar 26,1% diperoleh dari nilai koefisien determinasi (R Square)  $r^2 = 0,511 = 0,261$ . Pengaruh menonton tayangan *Korean Drama* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam kategori sedang karena berada pada rentang 0,40 – 0,599. Artinya, menonton tayangan *Korean Drama* secara *intens* akan menimbulkan perilaku konsumtif, semakin sering seseorang menonton maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya akibat pengaruh dari tayangan iklan yang dilihat di *Korean Drama*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima atau terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan antara variabel *Korean Drama* (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

## B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang sudah dipaparkan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

### 1. Bagi Mahasiswa

Sebaiknya mahasiswa memperkuat kontrol diri atas perilaku konsumtif dengan cara menyesuaikan stimulus sehingga dapat mengetahui bagaimana dan kapan stimulus yang tidak dikehendaki (keinginan membeli barang-barang Korea) dan mampu menghadapi stimulus tersebut.

### 2. Bagi Orangtua

Saran bagi orang tua agar dapat mengawasi, membimbing, memberikan pengarahan dan perhatian penuh kepada anaknya yang merupakan penggemar *Korean Drama* agar tidak bersikap berlebihan dalam menyukai idola mereka.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G. K. H. (2019). *Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Budaya).
- Ali Muhson. Teknik Analisis Kuantitatif.
- Andina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta dalam Musik K-Pop. *Syntax*, *1*(8), 39-49.
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Fanatisme dan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar K-Pop di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, *1*(1), 75-84.
- Asheriyanti, T. P. (2019). Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama Terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Azmi, U. (2019). *Dampak Korean Wave (Hallyu) Terhadap Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar* (Doctoral dissertation).
- Dosen Sosiologi. (2020). Pengertian Kuantitatif, Ciri, dan Jenis. *dosensosiologis.com*. (diakses pada 9 Oktober 2021)
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-POP (K-POPERS)(Studi pada Penggemar K-pop di Yogyakarta). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, *4*(3), 190-202.

- Hanuning, S. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa.
- Irmanto, V. R., & Tjiptono, F. (2016). Motivasi dan Perilaku Penggemar K-Pop di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Modus*, 23(1), 1-25.
- Iskandar, P. Z., & Zuliestiana, D. A. (2021). Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Album Musik Atau Merchandise Kpop (Studi Pada Penggemar Musik Kpop). *eProceedings of Management*, 8(3), 1-8.
- Masturah, W. F., Hutagalung, A. Q., & Qamariah, I. (2021). Pengaruh Budaya Korean Wave dan Perilaku Fan Entrepreneurship Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU). *Journal of Management Analytical and Solution*, 1(1).
- Nazir, Moh. (2013). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia
- Newman. (2013). Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif
- Nisrina, D., Widodo, I. A., Larassari, I. B., & Rahmaji, F. (2020). Dampak Konsumerisme Budaya Korea (Kpop) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 78-88.
- Poetri, M. R., Ranteallo, I. C., & Zuryani, N. (2015). Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan terhadap Trend Fashion Korea di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(03), 1-12.
- Pratiwi, G. I. (2014). *Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup*. Universitas Brawijaya Malang.
- Praundrianagari, S. B., & Cahyono, H. (2021). Pola Konsumsi Mahasiswa K-popers yang Berhubungan dengan Gaya Hidup K-pop Mahasiswa Surabaya. *Independent: Journal of Economics*, 1(2), 33-40.

- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan penyebaran Korean wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68-80.
- Rahma, A. Z., & Wiyono, B. D. (2020). Studi Tentang Perilaku Konsumtif Siswa yang Kecanduan Drama Korea di SMAN 1 Manyar Gresik. *UNESA: Jurnal BK11*.
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh budaya korea (K-Pop) terhadap remaja di Kota Cirebon. *Communications*, 1(1), 1-25.
- Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 87-104.
- Rusman, T. (2018). *Statistika Parametrik*. Bandar Lampung : Bahan Ajar.
- Sari, F. P. (2015). *Hubungan Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada K-popers (Penggemar K-pop) Di Kota Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Simbar, F. K. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea pada Anak Muda di Kota Manado. *Holistik: Journal Of Social and Culture*.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono, S., & Astuti, H. (2013). Terpaan Drama Korea Dan Perilaku Fashion Di Kalangan Mahasiswi Fikom Ubhara Jaya. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 10(2).
- Wulandari, S. (2018). Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-Pop di SMA Negeri 4 Surakarta. *Sosialitas; Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi Antropologi*, 8(1), 1-15.
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(1), 35-48.