

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era modern seperti saat ini pengguna internet terus mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Menurut data dari Kominfo sampai tahun 2021 pengguna internet di Indonesia meningkat 11% dari tahun sebelumnya dari 175.4 juta jiwa sekarang menjadi 202.6 juta jiwa. Salah satu aktivitas yang dilakukan oleh para pengguna internet yakni menonton video melalui perangkat internet. Hal inilah yang menjadi dasar perusahaan penyedia layanan terus berkembang dan berinovasi dalam aplikasi *video streaming* (Hasan, 2017 : 22). *Streaming* artinya yakni proses mentransfer data dari server internet kepada *host* secara langsung (Pras, 2013 dalam Hasan, 2017 : 22). Maka, para pengguna dapat menikmati layanan menonton video atau film serta mendengarkan lagu secara langsung tanpa harus mengunduh terlebih dahulu.

Menurut Stenovéc (2015) (dalam Hasan, 2017 : 22) memperlihatkan terjadinya peningkatan hampir mencapai 30% untuk pengguna layanan *video streaming* melalui *Netflix* dan *Youtube* sejak tahun 2010, sedangkan pengguna televisi mengalami penurunan hingga 10%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa layanan *video streaming* kini lebih diminati oleh penikmat hiburan digital dibandingkan televisi. Termasuk menonton drama Korea kini sudah dapat diakses

melalui video streaming dan sudah tidak lagi mengandalkan televisi. Melalui *video on demand*, atau *video streaming* pengguna dapat mencari sendiri drama apa yang hendak ditonton kapanpun dan dimanapun karena dapat diakses menggunakan jaringan dan perangkat internet. Pengguna juga dapat mengontrol sendiri drama yang hendak ditonton dan kapan ingin menonton karena bisa diatur sendiri sesuai keinginan tidak seperti televisi yang memiliki jadwal di setiap program yang hendak disiarkan.

Drama Korea mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2002 melalui penayangan drama yang berjudul *Mother's Sea* dan *Endless Love*. Menurut hasil survei AGB Nielsen Indonesia di Kompas *online* pada tanggal 14 Juli 2003, drama *Endless Love* yang tayang di stasiun televisi Indonesia pada tahun 2002 meraih rating 10. Rating ini artinya telah ditonton oleh 2.8 juta orang (Nugroho, 2011 dalam Putri dkk, 2019 : 70). Kemudian pada tahun 2011 tercatat ada sekitar 50 judul drama Korea yang ditayangkan di Indonesia melalui siaran di stasiun televisi dan terus meningkat pada tahun-tahun berikutnya (Putri dkk, 2019 : 69). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa drama asal Korea Selatan ini mendapat perhatian di Indonesia. Drama Korea menyajikan kisah tentang kehidupan sehari-hari yang di dalamnya terkandung nilai kebudayaan, serta alur cerita yang tidak bertele-tele membuat hampir seluruh masyarakat di dunia menyukainya khususnya kaum hawa (Prasanti dan Dewi, 2020 : 258). Penulis memilih drama Korea Selatan genre *romance* karena terdapat penelitian sebelumnya sebagai referensi.

Drama Korea merupakan salah satu bagian dari budaya populer asal Korea Selatan yang sering disebut *Korean Wave*. *Korean Wave* adalah sebuah istilah yang

diberikan untuk budaya pop asal Korea Selatan yang menyebar di seluruh dunia, termasuk Indonesia (Shim, 2006 dalam Putri dkk, 2019 : 69). *Korean Wave* sudah dipersiapkan untuk dipasarkan ke dunia internasional sesuai dengan dukungan dari Presiden Kim Dae Jung pada masa pemerintahan 1993-1998. Pada masa itu Presiden Kim Dae Jung memiliki slogan “*Creation of the New Korea*” dengan maksud pemerintah Korea ingin menghapus citra budaya tradisional dan menggantikannya dengan citra budaya modern. Presiden Kim Dae Jung ingin memperbaharui budaya agar terus baru dan memiliki inovasi sehingga beliau dikenal sebagai “*President of Culture*” (Putri dkk, 2019 : 69).

Korean Wave merupakan budaya yang terkenal di kalangan anak muda, budaya ini saling berkaitan dengan berbagai macam aspek kehidupan. *Korean Wave* terdiri dari musik (Kpop), drama (K-drama), gaya busana atau *fashion*, makanan dan kecantikan (Kurniawati dan Pratiwi, 2021 : 242). Gempuran budaya Korea dilakukan melalui persebaran Kpop dan drama yang menggambarkan juga budaya, *fashion*, kecantikan dan makanan. Salah satunya *fashion* yang diadaptasi oleh masyarakat Indonesia. Gaya *fashion* artis Korea banyak diadaptasi oleh remaja.

Remaja merupakan generasi muda yang sangat lekat dengan teknologi sehingga remaja lebih cepat mendapatkan informasi dari mana saja melalui jaringan internet. Menurut Bencsik dan Machova (2016 : 42) generasi Z yakni tahun kelahiran 1996-2015 merupakan generasi yang cepat dalam mengakses informasi sekaligus cepat memberi respon atas informasi yang melingkupinya. Selain itu generasi Z juga tumbuh cerdas, melek teknologi, kreatif serta kritis (Christiani dan Ikasari, 2020 : 85). Remaja lebih mudah dipengaruhi oleh teman-teman sekitarnya, artinya

pengaruh dari orangtua melemah sehingga remaja memiliki kesenangan yang berbeda dengan keluarganya salah satu contohnya gaya berpakaian (Jahja, 2011 : 226). Usia remaja sangat mudah terpengaruh terhadap gaya berpakaian, ditambah dengan adanya kemudahan mengakses internet untuk memperoleh informasi dari seluruh dunia sehingga menyebabkan gaya berpakaian atau kebudayaan dari berbagai negara mempengaruhi remaja terutama remaja putri yang memiliki gaya berpakaian lebih bervariasi.

Menurut Papalia dan Olds (2001) (dalam Jahja, 2011 : 220) masa remaja dimulai pada usia 12 atau 13 tahun sampai awal usia 20 tahun. Penulis berfokus pada remaja usia 17-22 tahun karena 17 adalah awal masa transisi menuju ke dewasa. Selain itu juga masa remaja menginjak perguruan tinggi adalah usia 17-22 tahun, juga pada usia tersebut remaja mulai menyadari akan pentingnya berpenampilan sehingga dapat memilih *fashion* yang nyaman dan sesuai dengan dirinya (Prasanti dan Dewi, 2020 : 261).

Pada penelitian kali ini penulis berfokus pada gaya busana budaya Korea yang diperoleh dengan menonton drama Korea *genre romance* yang diakses melalui VOD. Ketertarikan seorang remaja terhadap sesuatu, bila ia peroleh secara terus menerus akan menjadi sebuah pengetahuan yang sekaligus adalah dampak terpaan media. Efek media massa salah satunya yaitu imitasi atau tindakan meniru. Peristiwa imitasi atau tindakan meniru ini dapat berlangsung karena adanya intensitas menonton. Menurut Azwar (2000) (dalam Frisnawati, 2012 : 52) intensitas merupakan kekuatan atau pendalaman sikap yang diambil terhadap sesuatu. Menurut Danim (1995) (dalam Frisnawati, 2012 : 52) menonton memiliki

arti yaitu tindakan melihat sesuatu dengan memberikan tingkat perhatian tertentu. Maka intensitas menonton merupakan tingkatan kualitas atau banyaknya aktivitas menonton suatu tayangan yang dilakukan seseorang dalam kurun waktu tertentu. Semakin sering atau semakin banyak intensitas menonton drama Korea, maka penonton akan semakin mudah mempelajari kebudayaan asal Korea Selatan yang ditampilkan oleh drama tersebut. Khususnya mengenai gaya berpenampilan atau *fashion* yang lebih mudah ditiru oleh para penonton. Gaya penampilan aktris Korea sangat menarik perhatian para penonton karena dinilai sebagai budaya modern. Dengan kondisi demikian, maka terjadi yang dinamakan efek media massa.

Efek media massa dapat terjadi akibat kondisi seperti demikian terbagi menjadi tiga yakni dampak kognitif, afektif dan perilaku. Pertama, dampak kognitif yakni penonton mendapatkan informasi baru sehingga dapat menilai sesuatu. Kedua, dampak afektif yakni dampak yang sudah memberikan emosional, penonton telah memberikan perasaan terhadap drama Korea seperti drama yang mengisahkan tentang patah hati maka penonton ikut merasakan hingga menangis. Ketiga, dampak perilaku dalam penelitian ini berarti penonton telah melakukan imitasi *fashion* Korea (Hadi dkk, 2021 : 211 – 216). Saat penonton melakukan dampak perilaku maka tindakan mengimitasi *fashion* Korea Selatan yang dilakukan oleh remaja putri dengan menonton drama Korea di VOD telah terjadi.

Remaja putri dapat mengakses VOD melalui *gadget* yang tentunya mendapat jaringan internet. *Gadget* dan khususnya jaringan internet sangat mudah didapatkan di kota-kota besar. Kota besar di Indonesia salah satunya yaitu Semarang yang juga

merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah. Maka dari itu penelitian ini dilakukan di Kota Semarang.



1.2 Rumusan Masalah

Dari hal-hal yang diuraikan dalam latar belakang penelitian, maka rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana perilaku imitasi *fashion* drama *romance* Korea di *Video on Demand* oleh remaja putri di Kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni sebagai berikut :

Untuk mengetahui bagaimana perilaku imitasi *fashion* drama *romance* Korea di *Video on Demand* oleh remaja putri di Kota Semarang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Teoritis

Adanya Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau pengetahuan kepada penulis dan masyarakat mengenai pengaruh yang diberikan media massa terhadap perilaku masyarakat khususnya remaja, mereka masih dalam proses membentuk karakter dan jati diri sehingga mudah terpengaruh oleh keadaan sekitar. Sekaligus untuk merealisasikan teori dari mata kuliah Komunikasi Massa dan Psikologi Komunikasi.

2. Praktis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau tinjauan untuk sesama mahasiswa yang hendak memperdalam ilmu tentang komunikasi



1.5 Lokasi dan Tatakala Penelitian

Kegiatan	Okt – Des 2020	Jan – Sept 2021	Okt 2021	Nov 2021 – Agst 2022	Okt 2022
Pengajuan Judul					
Penyusunan Proposal					
Seminar Proposal					
Pengumpulan data					
Analisis data					
Penyusunan Laporan Akhir					
Sidang Akhir					

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang berarti berisi tentang alasan mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Kemudian adapula rumusan masalah yaitu masalah apa yang hendak diteliti, berupa pertanyaan penelitian. Berikutnya ada tujuan penelitian isinya tujuan yang hendak dicapai dari

penelitian. Adapun kegunaan penelitian berisi tentang kegunaan atau manfaat dilakukannya penelitian baik secara teoritis maupun praktis. Jadi penelitian ini dilakukan tidak hanya untuk keperluan universitas tetapi juga untuk masyarakat luas. Kemudian terdapat lokasi dan tatakala penelitian berisi tentang lokasi dilakukannya penelitian dan tatakala penelitian. Terakhir untuk bab ini yakni sistematika penulisan berisi tentang seluruh bagian tubuh dari laporan penelitian mulai dari BAB I hingga BAB V.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini berisikan tentang teori yang digunakan penulis sebagai acuan dalam meneliti dan berkaitan dengan masalah yang hendak diteliti. Terdiri dari kerangka pemikiran yaitu alur pemikiran dalam penelitian, kemudian terdapat penelitian terdahulu berisi tentang penelitian sejenis yang sudah pernah dilakukan dan dijadikan sebagai arahan dalam melakukan penelitian baru. Kemudian teori-teori yang digunakan penulis sebagai pedoman untuk meneliti dan berkaitan dengan masalah yang hendak diteliti.

Bab III Metode Penelitian

Pada bagian ini berisikan tentang jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis serta metode atau cara yang dipakai untuk memperoleh data atau teknik pengambilan sampel.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini berisikan uraian tentang hasil penelitian dalam bentuk data, selain itu juga membahas secara detail mengenai hasil penelitian tersebut.

Bab V Kesimpulan dan saran

Pada bagian ini berisi tentang kesimpulan yang didapat setelah mendapati hasil sekaligus sebagai jawaban dari rumusan masalah. Selain itu juga terdapat saran yang merupakan kelanjutan dari kesimpulan.

