

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang menjelaskan tentang pengaruh budaya *Korean wave* khususnya tentang yang berkaitan dengan perubahan perilaku yang terjadi di antara para mahasiswa maupun remaja sudah banyak dilakukan. Penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu berada pada tema yang sama yaitu mengenai budaya *Korean Wave* dalam perubahan perilaku. Pada bagian ini penulis berupaya mereview tiga sumber sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama penelitian/Judul	Temuan Penelitian	Relevansi
1	Ananda Ramadhan (2015) “Pengaruh Terpaan Tayangan Korea wave (Demam Korea) Terhadap gaya hidup mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara”	Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa FISIP USU menggemari tayangan <i>Korean Wave</i> karena memiliki daya tarik tersendiri seperti kegantengan dan kecantikan paras wajah para artis Korea dan sering menampilkan cerita-cerita romantis dan alur cerita yang tidak mudah ditebak serta kesukaan mereka terhadap <i>Fashion Outfit</i> (busana, gaya rambut, aksesoris) yang selalu <i>up to date</i>	Relevansinya yaitu terletak pada kesamaan antara mahasiswa USU dengan mahasiswa FISIP DW yang sama-sama menggemari artis Korea hingga <i>Fashion outfitnya</i> .

Perbedaan :

Penelitian yang dilakukan oleh Ananda Ramadhan menekankan fokus pada pengaruh terpaan tayangan *Korean wave*, sedangkan penelitian yang dilakukan

oleh penulis berfokus pada perubahan perilaku pada mahasiswa dalam drama *Descendants Of The Sun*.

No	Nama Penelitian/Judul	Temuan Penelitian	Relevansi
2	Darlina (2015) <i>“Pengaruh Tayangan Drama Korea Terhadap Perilaku Kaum muda” (Studi Kasus: Komunitas Pecinta Drama Korea & K-Pop</i>	Penelitian ini menjelaskan tentang Drama Korea yang banyak ditayangkan oleh berbagai macam stasiun televisi di Indonesia, baik itu melalui media televisi maupun media online	Relevansinya terletak pada pengaruh tayangan drama Korea terhadap perilaku kaum muda

Perbedaan:

Penelitian yang dilakukan oleh Darlina menekankan fokus pada pengaruh tayangan drama Korea terhadap perilaku Kaum muda dan banyaknya permintaan dari masyarakat yang menginginkan tayangan yang berbau Korea, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis terfokus pada peran drama Korea pada perubahan perilaku mahasiswa.

No	Nama Peneliti/Judul	Temuan Penelitian	Relevansi
3	Afidatul Ulum (2014) <i>“Hegemoni Budaya Pop Korea” Studi pada Komunitas Korean Lovers di Surabaya</i>	Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana budaya Korea mempengaruhi sikap dan perilaku remaja hingga membentuk komunitas-komunitas pecinta Korean	Relevansinya yaitu terletak pada budaya Korea yang mempengaruhi sikap dan perilaku remaja.

Perbedaan:

Penelitian yang dilakukan oleh Afidatul Ulum berfokus pada budaya Korea yang berhasil melebarkan karirnya dan menjerat masyarakat dari semua kalangan

khususnya remaja untuk mencintai budaya Korea yang mempengaruhi sikap dan perilaku mereka, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis terfokus pada peran media massa berhasil menghipnotis para khalayak untuk menirukan budaya Korea.

2.2 Teori S-O-R

Menurut *skinner* bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena itu perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespons, maka teori *skinner* ini disebut teori S-O-R atau *Stimulus-Organisme-Respon*. Dilihat dari bentuk dan respon terhadap stimulus ini, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Perilaku tertutup (*convert behavior*)

Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (*convert*). Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan, kesadaran, dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

2. Perilaku terbuka

Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain

2.3 Teori Interaksionalisme Simbolik

Interaksionalisme simbolik merupakan sebuah cara berfikir mengenai pikiran, diri sendiri, dan masyarakat yang telah memberikan kontribusi yang besar terhadap sosiokultural dalam membangun teori komunikasi. Paham ini mengajarkan ketika manusia berinteraksi satu sama lainnya, mereka saling membagi makna untuk jangka waktu tertentu dan untuk tindakan tertentu (Morrison, 2013). George Herbert Mead dianggap sebagai penggagas interaksionisme simbolik pada tahun 1920-an ketika beliau menjadi profesor filsafat di Universitas Chicago. Namun gagasan-gagasannya mengenai interaksi simbolik berkembang pesat setelah para mahasiswanya menerbitkan catatan dan kuliah-kuliahnya, terutama melalui buku yang menjadi rujukan utama teori interaksionalisme simbolik, yakni *mind, self and society*.

Dalam teorinya, Mead mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi di antara manusia, baik secara verbal maupun nonverbal. Melalui aksi dan respon yang terjadi, kita memberikan makna ke dalam kata-kata atau tindakan, karenanya kita dapat memahami suatu peristiwa dengan cara-cara tertentu (Morrison, 2013). Menurut paham interaksi simbolik, sebuah objek dapat menjadi aspek apa saja dari realitas seseorang, sebuah barang, sebuah kualitas, sebuah kejadian, atau sebuah situasi. Salah satunya syarat agar sesuatu bisa menjadi sebuah objek adalah bahwa seseorang harus memberi nama atau menghadirkannya secara simbolik. Oleh karena itu, objek-objek lebih dari sekedar hal-hal objektif, mereka merupakan objek-objek sosial seseorang.

Menurut west & Turner, (2009: 104) ada tiga inti pemikiran *Herbert Mead* tentang interaksi simbolik yaitu:

1. Pikiran (*Mind*) sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dan Mead percaya bahwa manusia harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan orang lain. Dalam hal ini bahasa menjadi sesuatu yang sangat penting. Karena interaksi satu orang dengan orang lainnya diawali dengan bahasa signifikan (*significant symbol*), atau simbol-simbol yang memunculkan makna yang sama dengan orang lain, kita menggunakan bahasa dan berinteraksi dengan orang lain, kita mengembangkan apa yang dikatakan Mead sebagai pikiran, dan ini mampu membuat seseorang untuk menciptakan *setting* interior bagi masyarakat yang beroperasi di luar diri sendiri.

Jadi, pikiran dapat digambarkan sebagai cara orang menginternalisasi masyarakat. Pikiran juga menjadi refleksi dan menciptakan dunia sosial. Salah satu aktivitas penting pikiran yang sekaligus menjadi unit analisis pada penelitian ini adalah pengambilan peran, atau kemampuan untuk secara simbolik menempatkan dirinya sendiri dalam diri khayalan dari orang lain.

2. Diri (*self*) menurut Mead dipahami sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dari perspektif orang lain. Dalam hal ini diri berkembang dari sebuah jenis pengambilan peran yang khusus, maksudnya membayangkan bagaimana kita dilihat oleh orang lain. Mead menyebutkan hal tersebut sebagai ‘cermin diri (*looking-glass self*)’ dengan meminjam konsep dari seseorang sosiologis Charles Cooley pada tahun

1912. Maksud dari ‘cermin diri’ ini adalah kemampuan seseorang untuk melihat dirinya sendiri dalam pantulan orang lain. Adapun tiga konsep pengembangan yang dihubungkan dengan cermin diri yang sekaligus menjadi unit analisis pada penelitian ini adalah kita membayangkan bagaimana kita terlihat dimata orang lain, kita membayangkan penilaian mereka mengenai penampilan kita dan kita merasa tersakiti atau bangga berdasarkan perasaan pribadi. Inti dari konsep diri ini adalah seseorang belajar mengenai diri sendiri dari cara orang lain memperlakukan, memandang dan memberi label pada dirinya.

Sedangkan pemikiran Mead mengenai cermin diri mengimplikasikan kekuasaan yang dimiliki oleh label terhadap konsep diri dan perilaku. Selain itu juga ia menjelaskan bahwa pemberian sebuah label atau yang disebut sebagai efek Pygmalion adalah hal yang merujuk pada harapan-harapan orang lain yang mengatur tindakan seseorang. Seperti contohnya perbedaan antara mahasiswa yang menyukai Korean wave dan mahasiswa yang tidak menyukai Korean wave bukanlah perilakunya tetapi bagaimana orang lain memperlakukan dirinya.

3. Masyarakat (*Society*) didefinisikan Mead sebagai jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Individu-individu terlibat di dalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Jadi, masyarakat menggambarkan keterhubungan beberapa perangkat perilaku yang terus disesuaikan oleh individu-individu. Menurut Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes (dalam West & Tunner, 2009) mengatakan bahwa ada

tiga tema besar yang mendasari asumsi dalam teori ini yang sekaligus menjadi unit analisis pada penelitian ini:

- a. Pentingnya makna bagi perilaku manusia.
 - 1) Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka.
 - 2) Makna yang diciptakan dalam interaksi antarmanusia
 - 3) Makna dimodifikasi melalui proses interpretatif.
- b. Pentingnya konsep mengenai diri
 - 1) Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain.
 - 2) Konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilaku
- c. Hubungan antara individu dan masyarakat
 - 1) Orang dan kelompok dipengaruhi oleh proses budaya dan sosial.
 - 2) Struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial.

2.4 Teori Kultivasi

Teori kultivasi adalah salah satu teori efek kumulatif media massa yang memandang hubungan antara terpaan media massa yaitu televisi terhadap kepercayaan serta sikap khalayak massa tentang dunia disekitarnya. Teori kultivasi pada dasarnya menyatakan bahwa televisi bertanggung jawab dalam membentuk atau mengkultivasi konsepsi atau cara pandang pemirsa televisi terhadap realitas sosial. Efek masif televisi yang menerpa khalayak secara terus-menerus secara bertahap membentuk persepsi tentang realitas sosial bagi individu dan budaya secara keseluruhan .

Teori kultivasi menjelaskan tentang terpaan media massa yang memberi pengaruh terhadap penontonya, hal yang mendasar dalam teori kultivasi adalah percaya bahwa media massa berperan penting dalam membentuk penontonya mengenai realitas sosial yang ada.

Teori ini menjelaskan bahwa televisi menjadi media atau alat yang utama bagi penontonya dalam mempelajari tentang masyarakat dan budaya, yang sangat ditentukan dari apa yang penonton saksikan. Ini berarti melalui media massa penonton belajar tentang dunia luar, orang-orang, nilai-nilai, dan adat kebiasaan. Teori kultivasi pertama kali dikenal oleh profesor George Gabner ketika menjadi dekan *Annenberg School Of Communication* di universitas Pennsylvania Amerika Serikat (AS).

Teori kultivasi ini diawal perkembangannya lebih memfokuskan pada tema-tema kekerasan di televisi. Akan tetapi dalam perkembangannya teori tersebut bisa digunakan untuk kajian diluar tema kekerasan seperti pada penelitian ini yang mengkaji tentang hubungan penonton dengan perilaku setelah menonton tayangan drama Korea melalui televisi. Gabner membedakan penonton televisi dalam dua kategori, *light viewer* (penonton ringan) dan *Heavy viewer* (penonton berat). Penonton ringan yakni penonton yang hanya menonton televisi sekitar dua jam tiap hari sedangkan penonton berat adalah yang menonton lebih dari empat jam tiap hari.

Teori kultivasi berpendapat bahwa pecandu berat televisi membentuk suatu citra realitas yang tidak konsisten dengan kenyataan. Tentu saja tidak semua pencandu berat televisi terkultivasi secara sama. Beberapa lebih mudah di pengaruhi televisi dari pada yang lain. Sebagai contoh pengaruh ini bergantung

bukan saja seberapa banyak seseorang menonton televisi melainkan juga pada pendidikan, penghasilan, usia dan jenis kelamin pemirsa. Meskipun televisi bukanlah satu-satunya sarana yang membentuk pandangan kita tentang dunia. Televisi merupakan salah satu media yang paling ampuh terutama bila kontak dengan televisi sangat sering dan berlangsung dalam waktu lama.

2.5 Korean Wave

Korean wave adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global diberbagai Negara di dunia sejak tahun 1990-an. Umumnya *Korean wave* memicu banyak orang-orang di Negara tersebut untuk mempelajari bahasa Korea dan kebudayaan Korea. *Korean wave* meliputi kesadaran global akan berbagai aspek kebudayaan Korea selatan termasuk film dan televisi khususnya k-drama. Populernya drama Korea di stasiun televisi Indonesia terjadi setelah drama Negara asia lainnya seperti Taiwan dan Jepang diputar.

Berbagai stasiun televisi Indonesia mulai menayangkan drama produksi Korea selatan yang populer seperti *Endeless Love*, *Winter Sonata*, *Stairway to Heaven*, *Something Happened in Bali*, *Dae Jang Geum*, *Queen Seon Deok* dan masih banyak lagi. Bila dilihat dari sifat mentalnya masyarakat Indonesia memang sangat terbuka dalam menerima produk asing. Televisi, teknologi internet dan sosial media diyakini menjadi media afektif dalam penyebaran budaya populer Korea.

Salah satu cara tersebarnya *korean wave* ini adalah dengan menjadikannya lokasi-lokasi syuting beberapa drama terkenal mereka menjadi lokasi budaya seperti lokasi syuting *Winter Sonata* dan *Endless love*. Tidak hanya sekedar lokasi, bahkan brand-brand terkenal mereka juga menjadi populer. Ini dikarenakan

mereka pandai mengemas budaya mereka dalam bentuk *Placement Advertising* yang terdapat dalam berbagai film dan drama yang ditayangkan di beberapa Negara.

Proses yang panjang kini telah terlihat budaya Korea telah terkespos ke seluruh dunia. Musik, brand-brand produk, *fashion*, operasi plastik, produk kecantikan hingga bahasa telah menjadi tren baru masyarakat di dunia. Keberhasilan dari *korean wave* ini telah menjadikan Korea sebagai salah satu Negara dengan daya tarik yang begitu besar dan menjadi salah satu Negara dengan tingkat industri yang maju.

2.6 Drama Korea

Drama Korea mengacu pada drama televisi di Korea dalam sebuah format mini seri, diproduksi dalam bahasa Korea. banyak dari drama Korea ini telah menjadi populer diseluruh Asia dan telah memberi kontribusi pada fenomena umum dari gelombang Korea diberbagai Negara. Secara umum ada dua genre utama drama korea, genre pertama drama *Modren*, ini biasanya melibatkan konflik terkait dengan hubungan, tawar menawar uang, dan hubungan antara mertua dan menantu, selain itu juga terkaitnya dengan rumitnya hubungan cinta segitiga. Drama Korea ini biasanya berlangsung 16 episode hingga 25 episode kalau pun bisa mencapai 100 episode dan paling sering tidak melebihi 200 episode.

Genre yang kedua adalah drama sejarah Korea (*saeguk*) yang merupakan dramatisasi fiksi sejarah Korea. Drama sejarah Korea biasanya biasanya melibatkan alur cerita yang sangat kompleks dengan kostum yang rumit, set dan efek khusus. Seni bela diri, pertarungan pedang dan kuda sering menjadi

komponen besar dari drama sejarah Korea ini. Drama Korea baik sejarah maupun modren, biasanya ditandai dengan kualitas produksi yang sangat baik dan pendalaman karakter yang baik.

Serial drama yang disiarkan berbasis pada *romantic* dan *historis* sehingga dapat ditonton oleh lapisan manapun. Selain itu para penonton tertarik dengan citra *modren* yang dimiliki orang Korea yang dapat dilihat dari gaya rambut dan gaya hidupnya yang menggambarkan bahwa Korea Negara yang maju dan modren. Korea memberikan sentuhan tersendiri pada budaya mereka dengan mencampurkan sifat aslinya dan gaya asing secara *inovatif* dan unik. Nilai-nilai yang terkandung dalam serial drama Korea meliputi keakraban yang hormat kepada orang tua, melindungi anak-anak dan fokus kepada keluarga yang ditampilkan dengan mematuhi adat istiadat.

Sehingga penulis menyimpulkan bahwa drama Korea adalah suatu program televisi di Korea yang menyajikan cerita-cerita yang mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang yang diperankan oleh artis yang melibatkan konflik dan emosi yang dikemas dalam berbagai *genre* yang disajikan dalam sebuah format miniseri.

2.7 Perubahan Perilaku

Perilaku yang terbentuk merupakan hasil dari suatu pengondisian. Hubungan berantai antara stimulus dan respon yang membentuk rangkaian kompleks perilaku. Rangkaian tersebut meliputi pemikiran, motivasi, kepribadian, emosi dan pembelajaran. Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menagis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian

diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia baik yang diamati langsung, maupun yang tidak diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2012)

Perilaku manusia sangat berbeda antar satu dengan yang lainnya, perilaku itu sendiri adalah suatu fungsi dari interaksi antar seseorang individu dengan lingkungannya. Dilihat dari sifatnya, perbedaan perilaku manusia itu disebabkan karena kemampuan, kebutuhan, cara berfikir untuk menentukan pilihan perilaku, pengalaman, dan reaksi affektifnya berbeda satu sama lain.

Seiring dengan waktu dan keadaan yang terjadi, seseorang dapat mengalami suatu perubahan perilaku, hal ini terjadi oleh dua faktor yaitu :

- 1) Faktor *Internal* yaitu cara individu dalam menanggapi dunia luarnya dan selektif sehingga tidak semua yang datang akan diterima atau ditolak.
- 2) Faktor *Eksternal* yaitu keadaan-keadaan yang ada diluar individu yang merupakan stimulus untuk membentuk atau mengubah perilaku seseorang.

Dalam penelitian ini, drama korea menjadi faktor eksternal dalam perubahan perilaku seseorang. Melalui drama korea ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politi Universitas Dharmawangsa mulai terpengaruh dan mengalami sedikit demi sedikit.

2.7.1 Perilaku Imitasi

Imitasi menurut *Gabriel Trade* (Santoso, 2010) merupakan bentuk dari contoh mencontoh yang dilakukan antara suatu individu dengan individu lainnya dalam kehidupan, sehingga perilaku *imitasi* dapat dikatakan sebagai keinginan dari seseorang untuk menjadi orang lain. Dengan begitu ketika individu akan

melakukan intuisi maka setidaknya individu tersebut akan melakukan *imitasi* sehingga individu tersebut mengerti akan apa yang akan di imitasinya tersebut.

Dalam praktiknya terdapat syarat-syarat yang mengikutinya seperti adanya perhatian suatu hal yang akan di *imitasi*, menghargai hal yang akan ditiru, adanya penghargaan sosial dari perilaku *imitasi* tersebut, dan pengetahuan bagi seseorang yang akan melakukan *imitasi*. Teori peniruan hampir sama dengan teori identifikasi, tetapi berbeda dengan teori identifikasi. Teori peniruan menekankan orientasi *eksternal* dalam pencarian gratifikasi. Disini individu dipandang secara otomatis cenderung berempati dengan perasaan orang-orang yang diamatinya dan meniru perilakunya. Individu mengamati perilaku orang yang diamatinya yang berfungsi sebagai *role model*.

Melalui media televisi, film, dan internet secara dramatis mempertontonkan perilaku fisik yang mudah di contoh. Teori peniru inilah yang dapat menjelaskan mengapa model berpakaian (*fashion*) tayangan yang dilihatnya, gaya berbicara atau perilaku tertentu lainnya (Rakhmat, 2008:216). Perilaku mudah dipelajari dari pada jiwa dan melalui perilaku kita tetap dapat mempelajari jiwa termasuk dalam perilaku disini adalah perbuatan terbuka maupun tertutup.

Menurut pandangan barlow (dalam Muhibbin, 2010) mengatakan imitasi sebagian besar dilakukan manusia melalui penyajian contoh perilaku (*Modelling*), yaitu proses pembelajaran yang terjadi ketika seseorang mengobservasi dan meniru tingkah laku orang lain. Pada teori ini terdapat beberapa jenis peniru (*modeling*) diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Peniruan langsung, dikembangkan berdasarkan teori pembelajaran sosial *Albert Bandura*. Ciri khas pembelajaran ini adalah adanya

modeling yaitu suatu fase dimana seseorang memodelingkan atau mencontohkan sesuatu melalui demonstrasi bagaimana suatu keterampilan itu dilakukan. Meniru tingkah laku yang ditunjukkan oleh model melalui proses perhatian. Contoh: Meniru gaya artis yang disukai.

- 2) Peniruan tak langsung adalah melalui imajinasi atau perhatian secara tidak langsung. Contoh: Meniru watak seseorang yang dilihat di televisi.
- 3) Peniruan gabungan adalah dengan cara menggabungkan tingkah laku yang berlainan yaitu peniruan langsung dan tidak langsung. Contoh: mahasiswi meniru gaya artis yang disukai dan watak seseorang yang dilihat di televisi.
- 4) Peniruan sesaat / seketika yaitu tingkah laku yang ditiru hanya sesuai untuk situasi tertentu saja. Contoh: Meniru gaya pakaian di televisi, tetapi tidak boleh dipakai di kampus.
- 5) Peniruan berkelanjutan yaitu tingkah laku yang ditiru boleh ditonjolkan dalam situasi apapun. Contoh: Mahasiswa meniru gaya bahasa seseorang yang dilihat di televisi.

Berdasarkan pengertian diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa perilaku *imitasi* adalah segala macam kegiatan yang ditiru atau dicontohkan oleh orang yang melihatnya. *Modelling* melibatkan perubahan atau pengurangan tingkah laku yang teramati. Melalui *modelling* seseorang dapat memperoleh tikah laku baru.

2.7.2. Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. *James F Engel* (2012 :8) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modren untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Masyarakat dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

Keputusan pembelian yang didominasi oleh faktor emosi menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Hal ini dapat ditimbulkan dalam perilaku konsumtif yaitu perilaku membeli sesuatu yang belum tentu menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama dan menimbulkan pemborosan. Menurut sumartono perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif

melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan (*need*) tetapi sudah kepada faktor keinginan (*want*).

Berdasarkan uraian diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang dalam mendapatkan, menggunkan, dan mengambil keputusan dalam memilih suatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

2.7.3 Afektif

Menurut *Davies* (dalam *dimiyadi & Mudjiono, 2009:205*) Afektif berhubungan dengan perhatian, sikap, penghargaan, nilai-nilai, perasaan, dan emosi. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia afektif adalah berkenaan dengan rasa takut atau cinta, mempengaruhi keadaan perasaan dan emosi, mempunyai gaya atau makna yang menunjukkan perasaan.

Sumiati & Asra menjelaskan bahwa tingkatan afektif ada enam, tingkatan itu dimulai dari yang sederhana ke tingkatan yang lebih kompleks. Keenam tingkatan tersebut yaitu:

- 1) Kemauan menerima
- 2) Kemauan menanggapi
- 3) Berkeyakinan
- 4) Penerapan karya
- 5) Ketekunan
- 6) Ketelitian

Jadi dapat disimpulkan bahwa afektif adalah rasa takut atau cinta yang mempengaruhi perasaan dan emosi, sikap dan mempunyai gaya tersendiri untuk menunjukkan perasaan tersebut.

2.8 Media Elektronik

Media elektronik adalah sarana media massa yang mempergunakan alat-alat elektronik modern, misalnya radio, televisi, dan film. Media elektronik yang menggunakan elektronik atau energi *elektromekanis* bagi pengguna akhir untuk mengakses kontennya. Istilah ini merupakan kontras dari media statis (terutama media cetak), yang meskipun sering dihasilkan secara *elektronis* tetapi tidak membutuhkan elektronik untuk diakses oleh pengguna akhir. Sumber media elektronik yang *familier* bagi pengguna umumnya antara lain adalah rekaman video, rekaman audio, presentasi multimedia, dan konten daring. Media elektronik dapat berbentuk analog maupun *digital*, walaupun media baru pada umumnya berbentuk *digital*.

2.8.1 Televisi

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu *monokrom* (hitam-putih) maupun berwarna. Kata “televisi” merupakan gabungan dari kata *tele* (jauh) dari bahasa Yunani dan *visio* (penglihatan) dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media *visual*/penglihatan. Penggunaan kata “televisi” sendiri juga dapat merujuk pada “kotak televisi”, “acara televisi”, ataupun “transmisi televisi”.

Televisi merupakan media pandang sekaligus media pendengar berupa audio-*visual*, sehingga penonton tidak hanya melihat gambar yang ditayangkan televisi,

tetapi juga mendengar ataupun mencerna narasi dari gambar tersebut. Oleh karena itu televisi lebih menarik jika dibanding media lain, karena menampilkan gambar hidup dan warna. Menonton televisi menjadi kebiasaan kita saat mengisi waktu luang Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis menyimpulkan bahwa televisi adalah salah satu media massa elektronik yang menyiarkan siarannya dalam bentuk gambar (*video*) dan suara (*audio*) yang berfungsi memberikan informasi serta hiburan kepada publik.

Fungsi televisi adalah sebagai komunikasi massa, televisi adalah sumber informasi yang paling dekat dengan masyarakat. Kemampuan jangkauan yang luas dan memiliki potensi yang besar dalam membentuk pendapat khlayak. Hal tersebut sama dengan fungsi televisi sebagai saluran mediasi, dimana televisi dapat menghubungkan, menunjukkan arah, menginterpretasi sesuatu kejadian atau peristiwa kepada masyarakat luas.

1) Fungsi informasi (*to Inform*)

Media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khlayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Masyarakat mengharapkan dengan menonton televisi akan diperoleh informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di bumi.

2) Fungsi pendidikan (*to educate*)

Media massa banyak menyajikan hal-hal yang bersifat mendidik, salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku. Media massa mewujudkannya melalui drama, diskusi, maupun artikel

3) Fungsi hiburan (*to entertain*)

Dengan menyaksikan televisi, khlayak pemirsa mengharapkan dapat memperoleh hiburan yang diperlukan sebagai salah satu kebutuhan hidup.

4) Fungsi mempengaruhi (*to Persuade*)

Mempengaruhi dari media massa secara *implisit* terdapat pada tajuk/editor, *features*, iklan, artikel. Khalayak dapat terpengaruhi oleh iklan-iklan yang ditayangkan di televisi.

Dalam membicarakan sebuah pesan yang belum disiarkan melalui media televisi, perlu direncanakan dan diformat secara matang dan lebih baik. Sebab bagaimanapun pesan itu memiliki dampak dan pesan tidak begitu saja dapat diterima oleh audiens. Dalam arti masih banyak variabel ikut mempengaruhi proses penerimaan pesan. Efek memang dimiliki oleh media televisi namun dalam proses tersebut juga dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti latar belakang pendidikan, sosial, lingkungan dan kebutuhan. Adapun asumsi pokok dari media televisi sebagai berikut:

- a) Televisi merupakan media yang unik. Televisi membawa pesan *visual* dan *audio* sehingga lebih *impresif*. Televisi juga bersifat konkret, karena mempresentasikan pesan dengan dasar yang sama tentang masyarakat melintasi program tersebut.
- b) Televisi membentuk budaya *mainstream*. Diartikan sebagai kemampuan menetapkan dan menyeragamkan berbagai pandangan di masyarakat tentang dunia di sekitar mereka.
- c) Televisi menanamkan asumsi tentang hidup secara luas, ketimbang memberikan opini dan sikap yang lebih spesifik.

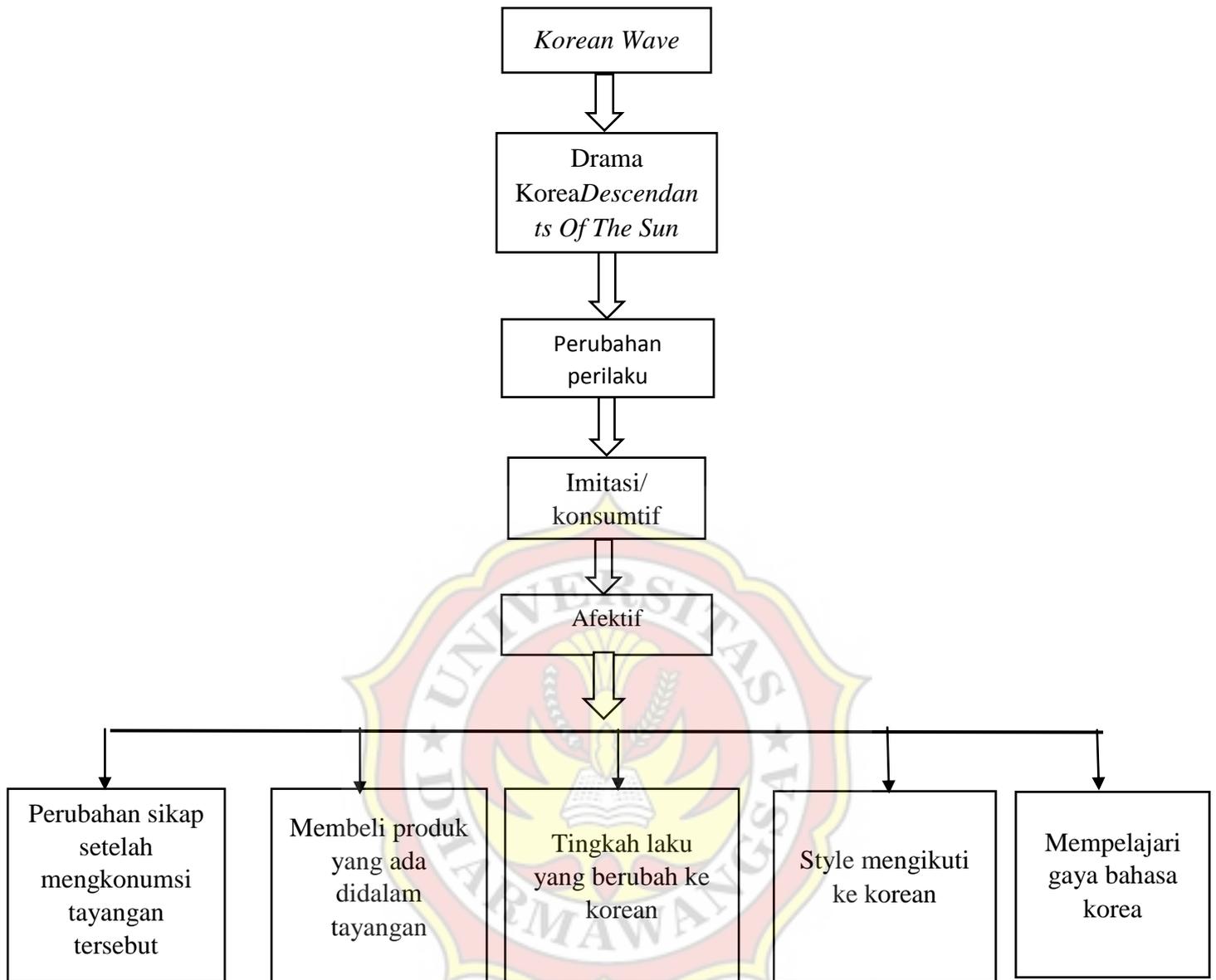
- d) Semakin banyak seseorang menghabiskan waktu untuk melihat televisi, maka semakin kuat kecenderungan orang tersebut menyamakan realitas televisi dengan realitas sosial.

2.9 Kerangka Teori

Tersebar nya korean wave atau demam korea belakangan ini sedang merebak di beberapa Negara Asia tenggara termasuk Indonesia. Tidak dapat dipungkiri musik dan drama Korea menjadi sesuatu yang sangat digemari di Indonesia saat ini. Khususnya yang menyukai drama Korea mulai dari anak remaja hingga orang dewasa, drama Korea datang membawa tontonan ringan dengan berbagai konflik didalamnya, yang dibungkus sedemikian rupa sehingga menarik untuk ditonton, tentu drama Korea ini segera digandrungi masyarakat yang memang menginginkan sesuatu yang baru.

Dan dengan kenyataannya masyarakat sangat antusias menonton drama Korea. Hal itu membuat drama Korea menjadi tren distasiun televisi swasta Indonesia. Tayangan drama Korea yang masuk ke Indonesia tidak hanya sekedar tontonan di waktu istirahat, namun drama Korea juga telah memberikan pengaruh pada masyarakat saat ini. Masyarakat yang menyukai drama Korea akan menirukan tayangan-tayangan yang ada didalam drama ke kehidupan sehari-harinya seperti penampilan para artis dalam drama Korea selalu didukung dengan gaya berbusana yang sedang populer di Korea.

Perubahan perilaku lainnya seperti mengikuti gaya bahasa mereka, perubahan sikap emosional setelah menyaksikan tayangan drama Korea, serta membeli pernak-pernik atau produk yang ada didalam tayangan drama Korea.



(Gambar 1. Kerangka Teori)