

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Peneliti akan melampirkan secara tertulis mengenai penelitian terdahulu, penelitian terdahulu yang ditetapkan disesuaikan dengan judul penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Nurrahmadani dkk. (2020) meneliti pengaruh Drama Korea terhadap fashion mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara menonton Drama Korea dengan fashion mahasiswa, dimana konsumen Drama Korea cenderung lebih meniru pola berpakaian yang mereka lihat di Drama tersebut, meskipun masih banyak variabel lain yang memengaruhi gaya berpakaian mahasiswa selain tontonan Drama Korea.
2. Dalam penelitian Drama Korea dan Imitasi Gaya Hidup oleh Susi Kurniawati & Rhesa Zuhriya Pratiwi (2020), ditemukan bahwa Drama Korea sebagai bagian dari Korean Wave dapat memengaruhi perilaku imitasi gaya hidup mahasiswa, termasuk aspek fashion Korea sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Temuan penelitian ini menjadi dasar

bahwa semakin sering mahasiswa menonton Drama Korea, semakin besar kemungkinan mereka meniru gaya berpakaian dan lifestyle yang ditampilkan, meskipun fokusnya bukan pada tingkat intensitas menonton secara langsung tetapi pada hubungan umumnya antara menonton Drama Korea dan perilaku imitasi fashion mahasiswa.

3. Penelitian oleh Rahmad Ramadhan dkk. (sekitar 2021) meneliti pengaruh Drama Korea terhadap etika dan gaya hidup mahasiswa UIN Sumatera Utara dengan pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner. Hasilnya menunjukkan bahwa Drama Korea mempengaruhi gaya hidup mahasiswa hingga 66%, termasuk aspek tindakan dan perilaku yang menjadi bagian dari gaya hidup mereka.
4. Penelitian Xinyi Liu (2024) di City University of Macau menggunakan survei kuantitatif pada mahasiswa untuk mengetahui pengaruh Drama Korea terhadap kehidupan mahasiswa, termasuk aspek fashion yang tumbuh dari konsumsi Drama Korea. Meski hasil menunjukkan bahwa intensitas menonton Drama Korea secara keseluruhan rendah, terdapat kelompok mahasiswa yang sangat antusias yang menampilkan pengaruh Drama Korea terhadap fashion dan budaya populer sebagai bagian dari gaya hidup mereka.
5. Savira Nurhaliza Azahra dan Yuli Marlina (2023) melakukan studi kuantitatif tentang pengaruh Drama Korea terhadap perubahan perilaku remaja, termasuk aspek gaya hidup seperti fashion dan interaksi sosial.

Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan signifikan antara jumlah menonton Drama Korea dan perubahan dalam perilaku serta gaya kehidupan, yang mencakup perubahan orientasi fashion dan preferensi gaya.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode & Teori	Persamaan	Perbedaan
1	Susi Kurniawati & Rhesa Zuhriya Pratiwi (2020)	<i>Drama Korea dan Imitasi Gaya Hidup: Studi Korelasi pada mahasiswa KPI IAIN Surakarta</i>	Kuantitatif korelasional meneliti hubungan menonton Drama Korea dengan perilaku imitasi gaya hidup mahasiswa termasuk fashion Korea. (Ejournal UIN Raden Mas Said)	Sama-sama meneliti hubungan K-Drama dengan perilaku mahasiswa.	Fokus umum pada gaya hidup dan imitasi, bukan khusus minat berpakaian ala Korea.
2	Khairiah dkk (2021)	<i>Terpaan Drama Korea Terhadap Gaya Hidup Generasi Z Ilmu Komunikasi Universitas</i>	Kuantitatif survei meneliti pengaruh paparan Drama Korea pada gaya hidup mahasiswa termasuk fashion. (Open Journal Unimal)	Sama menilai dampak paparan Drama Korea pada mahasiswa.	Tidak spesifik pada intensitas menonton dan minat berpakaian tetapi mencakup <i>lifestyle</i> .

		Malikussal eh			
3	Mely Imelda Sari & Pamela Hendra Heng (2024)	<i>Peran Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Korea Pada mahasiswa</i>	Kuantitatif korelasional meneliti pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif fashion Korea pada mahasiswa (J- Innovative)	Sama meneliti efek media terhadap fashion Korea di kalangan mahasiswa.	Fokus pada <i>media sosial</i> , bukan intensitas menonton Drama Korea.
4	Imron Rosidi dkk (2024)	<i>Korean Drama and Youth Imitation Behavior: A Case Study on Pekanbaru Students</i>	Kualitatif fenomenologis – imitasi gaya hidup termasuk fashion dari K-Drama. (ojisnu.isnuponorogo. org)	Sama membahas pengaruh K-Drama pada perilaku gaya mahasiswa/pela jar Indonesia.	Tidak spesifik pada mahasiswa di kampus dan minat berpakai an, melainka n perilaku imitatif secara umum untuk remaja.
5	Xinyi Liu (2024)	<i>The Influence of K-Drama among University Students: A Case Study</i>	Kuantitatif survei mengenai pengaruh K-Drama pada mahasiswa, termasuk aspek fashion dan budaya. (chr.ewapub.com)	Sama fokus pada mahasiswa dan pengaruh K-Drama.	Lebih umum mengenai pengaruh K-Drama (bukan langsung minat

		<i>from City University of Macau</i>			berpakaian ala Korea).
--	--	--------------------------------------	--	--	------------------------

Sumber: Google Scholar, 2026

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Ilmu Komunikasi

Menurut Bernard Barelson dan Gary A. Steiner (dalam Muhtar dkk,2021) Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka, dan lain-lain. Berdasarkan berbagai definisi tersebut, komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian dan pertukaran informasi yang bertujuan menciptakan pemahaman antara pengirim dan penerima pesan. Dalam penelitian ini, proses komunikasi berlangsung melalui media massa yang menyebarkan berbagai informasi dan representasi budaya kepada khalayak. Salah satu bentuknya dapat ditemukan pada tayangan Drama Korea yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menghadirkan berbagai gambaran mengenai gaya hidup dan fashion yang dapat diamati oleh penontonnya.

Menurut Rogers dalam (Sari Dkk,2021) Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih melakukan sebuah pertukaran informasi satu dengan yang lainnya hingga menghasilkan pengertian satu sama lain.

Kemudian menurut (Avia,2020) komunikasi merupakan proses penyampaian informasi yang di dalamnya berisi pesan, ide ataupun gagasan dari satu pihak ke pihak lain secara langsung maupun tidak langsung dengan harapan akan mendapatkan feedback atau balasan dari penerima pesan kepada pengirim pesan. Menurut (Fauzi, 2020) Proses Komunikasi dibagi menjadi dua yakni proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder.

1. Proses Komunikasi Primer

Proses Komunikasi Primer merupakan proses penyampaian perasaan atau pikiran kepada orang lain melalui lambang atau symbol sebagai media nya. Lambang komunikasi primer dalam hal ini meliputi bahasa, gambar, isyarat dan lain-lain yang mampu menjelaskan atau menerjemahkan secara langsung pikiran atau perasaan komunikator terhadap komunikan. Bahasa merupakan lambang yang paling banyak digunakan dalam berkomunikasi karena mampu ‘menerjemahkan’ pikiran terhadap orang lain bisa berbentuk ide, pendapat. Informasi yang dibahas bisa yang sedang terjadi saat ini atau peristiwa yang terjadi di masa lalu. Penggunaan isyarat misalnya dengan menggunakan alat pemukul hingga mengeluarkan suara tentu mempunyai sebuah makna tersendiri. Dari pemaparan tersebut menjelaskan bahwa orang yang ingin berkomunikasi atau akan menyampaikan informasi kepada orang lain dapat dilihat dengan ditransmisikan melalui lambang-lambang atau symbol.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses Komunikasi secara Sekunder dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai medianya. Seorang Komunikator menggunakan media kedua dalam menjalankan komunikasinya. Media yang digunakan meliputi televisi, radio, surat kabar, telepon dan masih banyak lagi. Dengan menggunakan media tersebut seorang komunikator dapat menyampaikan pesan kepada komunikan yang lokasinya berjauhan. Penggunaan bahasa tetap menjadi media utama dalam berkomunikasi. Media alat atau sarana seperti televisi dan radio dapat digunakan namun tidak setiap saat karena manusia tidak mungkin berkomunikasi tanpa menggunakan bahasa.

Menurut Laswell (dalam Avia, 2020) komponen-komponen komunikasi terdiri dari:

- 1) Pengirim atau Komunikator (Sender) adalah pihak yang mengirim pesan kepada pihak lain.
- 2) Pesan (Message) adalah maksud dari pesan yang disampaikan satu pihak ke pihak lain.
- 3) Saluran (channel) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan.
- 4) Penerima atau Komunikan (receiver) adalah pihak yang menerima pesan.
- 5) Umpan balik (feedback) adalah tanggapan dari penerima pesan atas isi pesan yang disampaikan.
- 6) Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan

(“Protokol” Menurut Sari Dkk, 2021) Komunikasi dibagi menjadi beberapa tipe yaitu:

1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi Intrapersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi pada diri sendiri. Proses Komunikasi ini terjadi akibat adanya seseorang yang memberikan arti atau memberi pandangan terhadap sesuatu yang diamatinya atau muncul didalam pikirannya. Objek yang dimaksud bisa berupa bentuk benda, kejadian yang terjadi pada alam, peristiwa, sebuah pengalaman, yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang.

2. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi Antarpribadi menjelaskan bagaimana proses komunikasi yang terjadi atau berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka langsung. Menurut sifatnya komunikasi antarpribadi dibagi menjadi dua yaitu Komunikasi Diadik dan Komunikasi Kelompok Kecil. Komunikasi diadik merupakan proses terjadinya komunikasi antara dua orang secara tatap muka, menurut Pace dalam (Sari Dkk,2021) komunikasi ini dilakukan dalam tiga bentuk yakni percakapan, dialog dan wawancara. Komunikasi Kelompok Kecil diartikan sebagai Komunikasi yang terjadi antara tiga orang atau lebih dimana diantara anggotanya saling berinteraksi.

3. Komunikasi publik

Komunikasi publik bisa juga disebut dengan komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, public speaking, dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Apapun namanya komunikasi publik memperlihatkan suatu proses komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan oleh komunikator dalam situasi tatap muka di depan jumlah masyarakat yang lebih besar.

4. Komunikasi Masa

Komunikasi Masa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang terjadi atau sedang berlangsung dengan massal. Pesan yang disampaikan bersumber dari sumber yang melembaga kepada masyarakat atau khalayak yang bersifat mekanis seperti televisi, radio, surat kabar dan lain-lain

2.2.2 New media

Seiring bergulirnya zaman dari waktu ke waktu hingga sekarang, komunikasi telah mengalami pergeseran ataupun perkembangan mulai dari model ataupun kemasan yang semakin bervariasi dan semakin canggih adanya, disebabkan beriringannya dengan laju pesat teknologi yang menjadi salah satu indikator pergeseran hal tersebut. Apalagi hadirnya media baru atau dalam istilah latin yakni new media yang kini menjadikan komunikasi dapat ditempuh dengan cara yang semakin mudah, efisien dan cepat.

Menurut Jandy Luik (2020:9) hadirnya media baru dalam kehidupan kita, membuat proses komunikasi bisa berlangsung kapan pun, di manapun,

dan melalui teknologi komunikasi apapun. Dua disclaimers tentang kapanpun, di manapun dan media baru apapun yakni:

- a) sepanjang memiliki peranti komunikasi dan koneksi internet yang memadai.
- b) media baru itu sendiri masih dalam tahap perkembangan.

Perkembangan media digital memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses berbagai konten dari berbagai negara tanpa dibatasi ruang dan waktu. Melalui platform streaming dan media digital lainnya, Drama Korea dapat dinikmati dengan lebih mudah oleh Generasi Z. Kondisi ini menyebabkan intensitas konsumsi Drama Korea semakin meningkat sehingga peluang individu untuk terpapar berbagai unsur budaya Korea, termasuk gaya berbusana yang ditampilkan dalam tayangan, juga menjadi semakin besar.

Adapun beberapa definisi media baru dari para ahli yakni menurut Flew dalam Syaifuddin (2020:119), media baru merupakan istilah untuk mengerucutkan pada teknologi komunikasi digital yang secara sistemasi komputer dan telekomunikasi yang terhubung ke dalam jaringan. Tak jauh beda dengan pendapat Errika Dwi Setya Watie (2020:70) yang mengutarakan bahwa media baru merupakan media yang secara konseptual penyampaian pesannya mencakup tentang perihal digital, interaktivitas, konvergensi dan pengembangan atau pemeliharaan jaringan.

Sedangkan menurut Davey Christoper (2020:14) berpendapat bahwa sejak tahun yang lalu media baru ini sudah mulai dioperasikan. Namun secara substansial, media baru tidak hanya berfokus pada spesifikasi teknologi tertentu, melainkan bersifat kolektif dengan memperhatikan keadaan media baru yang sangat berkaitan dengan internet dan cyberspace. McLuhan dalam Andri (2020:6) juga menyatakan bahwa media baru ini merupakan bagian dari evolusi teknologi komunikasi yang secara esensinya ini meningkatkan cakupan jaringan komunikasi manusia sepanjang sejarahnya. Pembaruan teknologi komunikasi ini memberikan dampak pada habit baru yang meluas, tidak terduga, dan mampu mempengaruhi dinamika pengaruh manusia serta budayanya.

2.2.3 Intensitas Menonton

Menurut John M. Echols and Hassan Shadily (2020) Intensitas berasal dari bahasa inggris, yaitu intens yang berarti hebat, kuat, bersemangat. Intensitas adalah suatu kualitas dari tingkat kedalaman yang meliputi kemampuan, daya konsentrasi, tingkat keseringan, dan kedalaman sikap seseorang terhadap objek tertentu. Intensitas merupakan usaha yang dilakukan seseorang dalam melakukan suatu aktivitas.

Dijelaskan juga bahwa intensitas adalah hal yang berhubungan dengan kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau berperilaku. Terdapat beberapa faktor yang mendasari seseorang memiliki keinginan untuk

melakukan suatu kegiatan adalah penilaian atau evaluasi atas dasar sifat dan karakteristik pribadi tentang bagaimana efek positif dan negatif atau keuntungan dan manfaat dari kegiatan yang dilakukan. Dalam penelitian ini, intensitas menonton tidak hanya menunjukkan seberapa sering seseorang menyaksikan Drama Korea, tetapi juga menggambarkan tingkat keterlibatan individu selama proses menonton berlangsung. Keterlibatan tersebut dapat dilihat melalui perhatian yang diberikan terhadap tayangan, tingkat penghayatan terhadap cerita, durasi menonton, serta frekuensi menonton yang dilakukan. Dengan demikian, intensitas menonton dapat menggambarkan sejauh mana individu terpapar oleh berbagai informasi dan unsur visual yang terdapat dalam Drama Korea.

Terdapat beberapa aspek dalam lingkup intensitas menonton, yaitu sebagai berikut:

a. Perhatian

Perhatian adalah proses mental ketika suatu dorongan menjadi menonjol dalam keadaan sadar pada saat dorongan yang lain melemah. Perhatian terjadi apabila seseorang mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita dan mengabaikan pendapat-pendapat yang masuk melalui alat indra yang lain. Segala sesuatu yang kita perhatikan ditentukan oleh faktor situasi dan dari dalam diri sendiri. Perhatian juga dapat dikatakan sebagai suatu ketertarikan individu terhadap sesuatu obyek yang akan menjadikannya target perilaku.

b. Frekuensi

Frekuensi menonton adalah keadaan tingkat seringnya menyaksikan atau melihat Drama Korea dengan panca indera, menitik beratkan perhatian kepada fokus, konsistensi, semangat, dan tingkat konsentrasi individu dalam menonton suatu tayangan Drama Korea. Tingkat seberapa sering seseorang menonton atau frekuensi menonton dapat terlihat ketika seseorang tersebut sedang menonton

c. Durasi

Diartikan merupakan tingkat kualitas, lama, dan keseriusan individu dalam menonton Drama Korea. Seberapa lama dan waktu yang dibutuhkan atau durasi seseorang ketika sedang menonton.

d. Penghayatan

Penghayatan yang dimaksudkan diatas adalah tingkat keterikatan emosional, perasaan, dan imajinasi saat menonton drama Korea atau seberapa dalam seseorang menghayati jalan cerita dari Drama tersebut

2.2.3.1 Dimensi Intensitas Menonton

Menurut Achmad (2022) mengungkapkan intensitas menonton di bagi berdasarkan pada daya konsentrasi dalam menonton:

1. Perhatian yaitu Merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini diilustrasikan dengan adanya stimulus yang datang, kemudian stimulus itu direspon,

dan responnya berupa tersitanya perhatian individu terhadap objek yang dimaksud.

2. Penghayatan dalam menonton tayangan televisi berarti meliputi pemahaman dan penyerapan terhadap tayangan-tayangan tersebut. Kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan.
3. Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi menonton tayangan televisi membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menonton sebuah tayangan televisi.
4. Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target.

2.2.4 Gaya Busana

Busana erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari, berbicara busana tidak dapat dilepaskan dari apa yang dikenakan mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki (Ernawati, Izwerni dan Nelmira, 2023: 1) pengertian ini pun sesuai dengan arti kata busana yang berasal dari Bahasa Sansekerta yaitu “bhusana”. Kemudian menurut Ernawati, dkk (2023: 1) mengatakan pengetahuan busana adalah “ilmu yang mempelajari bagaimana memilih, mengatur, dan memperbaiki busana sehingga diperoleh busana yang lebih

serasi dan indah”.

Busana merupakan suatu bentuk ekspresi diri yang mewakili tiap jati diri individu, maka oleh sebab itu tiap individu memiliki selera yang berbeda dalam berbusana. Perubahan mode dalam busana akan lebih cepat berganti dibandingkan dengan perubahan kebudayaan secara keseluruhan. Dalam dunia mode berbusana terdapat istilah modis dan tidak modis untuk menggambarkan individu tersebut mengikuti perkembangan mode busana terbaru atau tidak, hal ini sejalan dengan pendapat Izwerni (seperti dikutip Fajria, 2020: 5) yang menyatakan bahwa “semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengetahuan busana seseorang, seharusnya semakin baik pula tata cara berbusananya dan sebaliknya”. Maka dengan demikian pengetahuan dan pendidikan sangat berpengaruh baik dari segi selera berbusana maupun kecakapan dalam menampilkan gaya berbusana agar tampil modis.

Dalam penelitian ini, gaya busana merujuk pada kecenderungan individu dalam menyukai maupun memilih karakteristik fashion tertentu yang sering ditampilkan dalam Drama Korea. Kecenderungan tersebut dapat terlihat melalui ketertarikan terhadap desain, warna, model, maupun karakteristik busana yang menjadi ciri khas fashion Korea.

2.2.4.1 Dimensi Gaya Busana

Adapun beberapa indikator gaya busana menurut Haq (2022), yaitu

1. Desain

Desain pakaian yang sedang mengikuti tren atau populer saat ini.

2. Daya Tahan

Kualitas bahan dan ketahanan pakaian terhadap penggunaan sehari-hari.

3. Warna

Pilihan warna pakaian yang sesuai dengan preferensi pribadi atau tren fashion.

4. Model

Bentuk dan potongan pakaian yang mencerminkan gaya tertentu

2.2.5 Subkultural

Subkultur merupakan sebuah bagian dari kultur dominan yang berbaaur dalam satu tatanan kehidupan di masyarakat. Dalam pengertian lainnya subkultur merupakan sebuah sistem makna untuk mengekspresikan diri yang dikembangkan oleh kelompok-kelompok tertentu sebagai usaha untuk memecahkan struktur sosial yang muncul dari berbagai pertentangan dalam kehidupan bermasyarakat yang luas (Resmisari, dalam Murdock, 2020). Praktek sebuah subkultur banyak dilakukan oleh kaum muda, keinginan yang tinggi serta tahap pencarian jati diri membuat kaum muda kerap terlibat dalam sebuah subkultur sebagai bentuk legitimasi bagi kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai dan gaya hidupnya dalam situasi sosial untuk menentang kebudayaan dominan.

Resmisari (2020) menjelaskan bahwa subkultur sebagai sebuah subversi secara simbolik dan semiotik dapat dibedakan menjadi beberapa bentuk sebagai berikut:

- a. Delinquet Subcultures; bentuk subkultur yang secara terang-terangan tampil mengancam dihadapan umum, baik dipandang dari segi tanggapan masyarakat ataupun tanggapan kelompok-kelompok terhadap masalah yang dihadapinya.
- b. Political Militancy; subkultur yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi yang memunculkan suatu analisis penting untug menentang pemerintah yang berkuasa.
- c. Reformation movement; bentuk kelompok-kelompok tertekan yang menyampaikan keberadaan nilai-nilai sebagai pelindung bagi kelompok-kelompok tertentu yang menyimpang.
- d. Cultural rebellion; kelompok-kelompok yang menggunakan kebudayaan sebagai suatu alat untuk melawan berbagai macam nilai dalam masyarakat dominan, melalui bentuk – bentuk ekspresi yang dilakukan oleh seniman – seniman subkultur yang ekspresif, misalnya Andy Warhol.

Dalam penelitian ini, konsep subkultural digunakan untuk menjelaskan fenomena Korean Wave yang berkembang di kalangan Generasi Z. Korean Wave tidak hanya menjadi bentuk konsumsi hiburan, tetapi juga membentuk kelompok sosial dengan karakteristik, preferensi, dan simbol budaya tertentu.

Salah satu bentuk ekspresi subkultural tersebut terlihat pada kecenderungan Generasi Z mengadopsi gaya busana ala Korea yang diperoleh melalui paparan Drama Korea. Oleh karena itu, konsep subkultural digunakan sebagai landasan untuk memahami munculnya preferensi fashion Korea sebagai bagian dari identitas budaya populer di kalangan Generasi Z.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Kultivasi

Gerbner menyatakan bahwa televisi merupakan suatu kekuatan yang secara dominan mempengaruhi masyarakat. Televisi adalah yang menjadi sarana utama masyarakat untuk belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasaannya. Apa yang ditayangkan di televisi dipandang sebagai sebuah kehidupan yang nyata dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi apa yang terbangun di benak Anda tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi (McQuail, 2020:256). Menurut Wood kata „cultivation“ sendiri merujuk pada proses kumulatif di mana televisi menanamkan suatu keyakinan tentang realitas sosial kepada khalayaknya. Teori kultivasi ini muncul dalam situasi ketika terjadi paparan televisi yang terus-menerus dalam jangka waktu yang lama.

Perdebatan antara kelompok ilmuwan komunikasi yang meyakini efek sangat kuat media massa (powerful effects model) dengan kelompok yang

mempercayai keterbatasan efek media (limited effects model), dan juga perdebatan antara kelompok yang menganggap efek media massa bersifat tidak langsung atau kumulatif. Teori kultivasi muncul untuk meneguhkan keyakinan orang, bahwa efek media massa lebih bersifat kumulatif dan lebih berdampak pada tataran sosial budaya.

Dalam penelitian ini, teori kultivasi digunakan untuk menjelaskan bahwa paparan media yang berlangsung secara terus-menerus dapat memengaruhi cara individu memahami dan menilai realitas yang ditampilkan dalam media. Melalui Drama Korea, penonton tidak hanya menerima hiburan, tetapi juga terpapar pada berbagai representasi fashion Korea yang ditampilkan oleh para tokohnya. Paparan yang terjadi secara berulang memungkinkan individu semakin mengenal karakteristik fashion tersebut dan menjadikannya sebagai salah satu referensi dalam menentukan pilihan gaya berpakaian.

Teori Kultivasi dipandang relevan dalam penelitian ini karena menjelaskan bagaimana paparan media yang berlangsung secara berulang dalam jangka waktu tertentu dapat membentuk persepsi dan preferensi individu terhadap realitas sosial yang ditampilkan media. Dalam konteks penelitian ini, semakin tinggi intensitas menonton Drama Korea, maka semakin besar peluang Generasi Z terpapar representasi fashion Korea yang ditampilkan para tokoh

dalam drama sehingga berpotensi memengaruhi preferensi gaya busana mereka dalam kehidupan sehari-hari.

2.4 Kerangka Pemikiran

Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital telah menyebabkan masyarakat semakin mudah memperoleh berbagai informasi mengenai budaya dari negara lain. Salah satu bentuk budaya populer yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, khususnya Generasi Z, adalah budaya Korea melalui tayangan Drama Korea. Drama Korea tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi media yang menampilkan berbagai representasi kehidupan sosial, termasuk gaya berpakaian, tren fashion, serta identitas budaya Korea.

Paparan terhadap Drama Korea yang berlangsung secara berulang memungkinkan individu memperoleh berbagai informasi mengenai budaya Korea, termasuk tren fashion yang ditampilkan oleh para tokohnya. Selama proses menonton, penonton tidak hanya mengikuti alur cerita, tetapi juga mengamati berbagai unsur visual seperti model pakaian, kombinasi warna, serta desain busana yang digunakan oleh karakter dalam tayangan tersebut.

Semakin tinggi intensitas seseorang dalam menonton Drama Korea, semakin besar pula peluang individu tersebut untuk terpapar pada berbagai representasi fashion Korea. Paparan yang berlangsung secara terus-menerus dapat memperluas

pengetahuan individu mengenai karakteristik fashion Korea dan menjadikannya sebagai salah satu referensi dalam menentukan pilihan gaya berpakaian.

Fenomena tersebut dapat dianalisis melalui teori kultivasi yang dikemukakan oleh George Gerbner. Teori kultivasi menjelaskan bahwa paparan media secara berulang dan dalam jangka waktu tertentu dapat membentuk persepsi, pemahaman, serta pandangan individu terhadap realitas sosial yang ditampilkan oleh media. Dalam konteks penelitian ini, semakin tinggi intensitas seseorang dalam menonton Drama Korea, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut terpapar representasi fashion Korea yang kemudian dapat memengaruhi preferensi dalam memilih gaya busana.

Untuk melihat tingkat keterpaparan seseorang terhadap Drama Korea, penelitian ini menggunakan variabel intensitas menonton sebagai variabel independen (X). Intensitas menonton menggambarkan seberapa besar keterlibatan individu terhadap tayangan Drama Korea yang dapat dilihat melalui beberapa dimensi, yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Perhatian menunjukkan sejauh mana individu memperhatikan unsur fashion dalam tayangan, penghayatan menunjukkan tingkat pemahaman dan keterlibatan emosional terhadap tayangan, durasi menunjukkan lama waktu seseorang dalam menonton Drama Korea, sedangkan frekuensi menunjukkan tingkat keseringan seseorang mengonsumsi tayangan tersebut.

Sementara itu, perubahan atau kecenderungan dalam penggunaan fashion Korea dianalisis melalui variabel gaya busana ala Korea sebagai variabel dependen

(Y). Gaya busana dalam penelitian ini dilihat melalui beberapa indikator, yaitu desain, daya tahan, warna, dan model. Indikator tersebut digunakan untuk melihat bagaimana referensi fashion yang diperoleh melalui Drama Korea dapat berkaitan dengan preferensi seseorang dalam memilih dan menggunakan pakaian.

Selain dijelaskan melalui teori kultivasi, fenomena ketertarikan terhadap gaya busana ala Korea juga dapat dipahami melalui konsep subkultural. Generasi Z yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap Korean Wave cenderung membentuk preferensi budaya yang serupa, termasuk dalam aspek fashion. Gaya busana ala Korea kemudian menjadi salah satu simbol identitas yang digunakan untuk mengekspresikan ketertarikan terhadap budaya Korea.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berasumsi bahwa intensitas menonton Drama Korea memiliki pengaruh terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang. Tingkat perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi menonton yang dimiliki individu dapat meningkatkan keterpaparan terhadap berbagai unsur fashion Korea yang ditampilkan dalam tayangan. Keterpaparan tersebut berpotensi membentuk ketertarikan terhadap karakteristik fashion Korea sehingga dapat memengaruhi preferensi individu dalam memilih dan menggunakan busana sehari-hari.

Menurut Ajzen (2021) mengungkapkan intensitas menonton di bagi berdasarkan pada daya konsentrasi dalam menonton:

1. Perhatian yaitu Merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini diilustrasikan dengan adanya stimulus yang datang, kemudian stimulus itu direspon, dan responnya berupa tersitanya perhatian individu terhadap objek yang dimaksud.
2. Penghayatan dalam menonton tayangan televisi berarti meliputi pemahaman dan penyerapan terhadap tayangan-tayangan tersebut. Kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan.
3. Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi menonton tayangan televisi membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menonton sebuah tayangan televisi.

Adapun beberapa indikator gaya busana menurut Haq (2022), yaitu

1. Desain

Desain pakaian yang sedang mengikuti tren atau populer saat ini.]

2. Daya Tahan

Kualitas bahan dan ketahanan pakaian terhadap penggunaan sehari-hari.

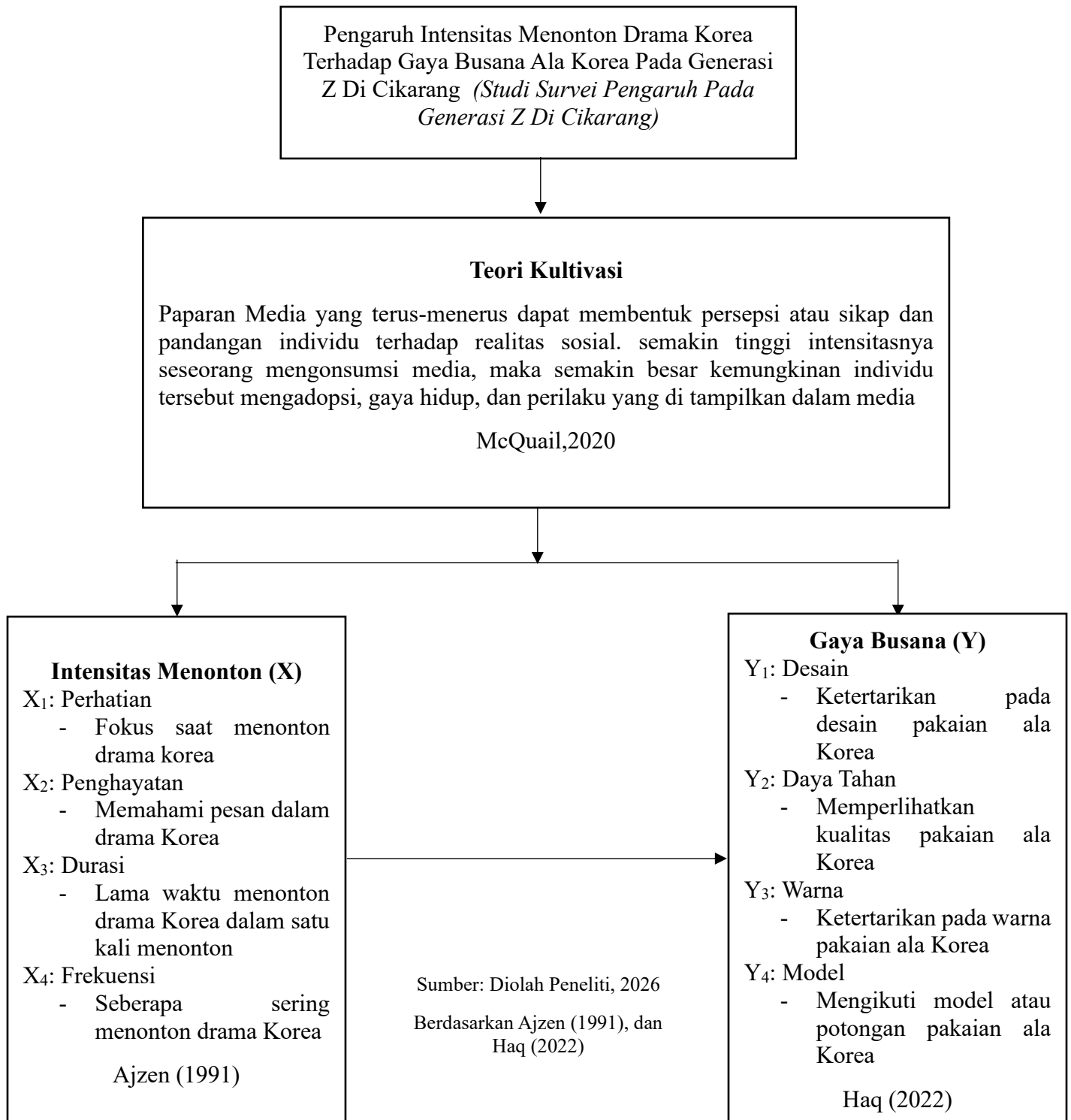
3. Warna

Pilihan warna pakaian yang sesuai dengan preferensi pribadi atau tren fashion.

4. Model

Bentuk dan potongan pakaian yang mencerminkan gaya tertentu

Kerangka pemikiran merupakan landasan teori yang disesuaikan dengan variable dan judul yang digunakan, setiap model kerangka akan disusun berdasarkan rujukan yang sudah dikaji sebelumnya sehingga akan menghasilkan relevansi yang sudah dikonsep sesuai dengan rujukan yang dijadikan acuan, peneliti berfokus pada judul “pengaruh intensitas menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang”

Gambar 2. 2**Bagan Kerangka Pemikiran**

2.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah tersebut telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena kebenarannya baru dibuktikan berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data

2.5.1 Hipotesis Simultan

Hipotesis simultan dari penelitian ini pengaruh intensitas menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z (studi survei pengaruh intensitas menonton Drama Korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang)

2.5.2 Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial dari penelitian ini terdiri dari:

- H0 Tidak Terdapat pengaruh intensitas menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang.
- H1 Terdapat pengaruh intensitas menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang
- H0 Tidak Terdapat pengaruh perhatian menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang

- H2 Terdapat pengaruh perhatian menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang
- H0 Tidak Terdapat pengaruh penghayatan menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang
- H3 Terdapat pengaruh penghayatan menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang
- H0 Tidak Terdapat pengaruh durasi menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang
- H4 Terdapat pengaruh durasi menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang
- H0 Tidak Terdapat pengaruh frekuensi menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang
- H5 terdapat pengaruh frekuensi menonton Drama korea terhadap gaya busana ala Korea pada Generasi Z di Cikarang