

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Derasnya arus globalisasi baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial saat ini menuntut negara untuk melakukan berbagai upaya agar bisa setidaknya bertahan dalam hempasan gelombang globalisasi. Dewasa ini, tidak ada satu pun negara di dunia yang tidak merasakan dampak dari globalisasi. Dengan perkembangan IT yang semakin canggih di abad ke-21 ini, fenomena globalisasi tampak menemukan ‘pasangan’ yang cocok.

Globalisasi pada saat ini sudah melanda dunia, termasuk Indonesia. Globalisasi adalah masuknya atau meluasnya pengaruh dari suatu wilayah/negara lain atau proses masuknya suatu negara dalam pergaulan dunia. Pengaruh antarnegara lewat teknologi informasi, teknologi industri, perdagangan uang, dan perdagangan komoditas antarbangsa merupakan kenyataan. Suka tidak suka, manusia harus hidup dengan kondisi seperti itu sekarang ini.¹

Globalisasi digambarkan sebagai semua proses yang merujuk kepada penyatuan seluruh warga dunia menjadi sebuah kelompok masyarakat global. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat menghindari dari globalisasi yang pengaruhnya kini telah menjalar kesegala aspek kehidupan, yang dapat dilakukan manusia adalah menghadapinya dan menjadikannya sebagai

¹ Srijanti, dkk, *Etika Berwarga Negara Edisi 2: Pendidikan Kewarganegaraan untuk Perguruan Tinggi* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 257.

peluang. Globalisasi mewajibkan semua negara untuk siap menghadapi arus liberalisasi perdagangan barang dan jasa, tak terkecuali dengan Indonesia.

Fenomena terbaru yang menjadi salah satu contoh fenomena globalisasi adalah fenomena demam Korea atau yang biasa disebut *Hallyu* yang sampai saat ini masih menggelegar di seluruh penjuru dunia. *Hallyu* atau *Korean Wave* atau Gelombang Korea merupakan istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai negara di dunia. Indonesia termasuk negara yang sedang terkena demam Korea yang sudah cukup mewabah, hal ini dapat terlihat di layar televisi, majalah, dan juga internet yang sekarang berlomba-lomba untuk menayangkan atau menginformasikan seputar berita-berita Korea.

Hallyu bersumber pada negara Korea Selatan yang telah berhasil menyihir dunia dengan budayanya dan menghadirkan warna yang berbeda dari yang selama ini disuguhkan oleh Bangsa Barat. *Hallyu* telah menjadikan Korea Selatan sebagai Negara yang patut diperhitungkan kedudukannya di kancah Internasional dan tidak dapat dianggap sebelah mata. Gelombang Korea (*Hallyu-Korean wave*) sesungguhnya adalah sebuah sisi dari begitu banyak sisi lain kekayaan budaya Korea yang cemerlang dan adiluhung.²

Korean wave mengacu pada penyebaran budaya Korea Selatan di seluruh dunia atau kecintaan terhadap eksport budaya Korea Selatan. *Korean wave* merujuk pada peningkatan secara signifikan popularitas budaya Korea Selatan di seluruh dunia sejak abad 21. *Hallyu* pada hakikatnya merupakan fenomena demam Korea yang disebarkan melalui *Korean Pop Culture* ke

² The Korea Foundation, *Koreana: Seni & Budaya Korea* (Seoul: i-ePUB, Inc., 2012)

seluruh penjuru dunia melalui media massa, dan yang terbesar melalui jaringan internet dan televisi. Drama korea, musik korea, gaya hidup dan semua serba serbi tentang Korea kini menjadi suatu informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat akibat maraknya *Korean wave* ini. Saat ini tidak bisa dipungkiri, cukup banyak orang mulai dari anak kecil, remaja, bahkan orang dewasa menjadi penikmat dari produk *Korean wave* tersebut.

Selain semua jenis hiburan yang ditawarkan, program Korea Selatan bernama *Running Man* bergenre *Urban Action Variety & komedi* merupakan program yang sedang booming di belahan dunia Eropa maupun Asia. Acara varietas (*Variety Show*) juga dikenal sebagai ragam seni atau ragam hiburan, yaitu merupakan hiburan yang terdiri dari berbagai tindakan, terutama pertunjukan musik dan komedi sketsa, dan biasanya diperkenalkan oleh pembawa acara atau host. Naratama menyatakan bahwa, *variety show* adalah format acara televisi yang mengkombinasikan berbagai format lainnya seperti *Talk Show, Magazine Show, Kuis, Game Show, Music Concert, Drama*, dan *Situasi Komedi*. *Variety show* yang di tayangkan oleh stasiun SBS TV ini menuai *rating* yang tinggi, dikarenakan konsep acaranya yang begitu fresh. Program ini mendapatkan rating tertinggi sejak pemutaran perdananya bulan Juli tahun 2010 lalu. Meski bukan acara baru, tapi gemanya kian meluas hingga ke pelosok Asia, termasuk Indonesia.

Dalam fenomena demam Korea ini, yang mendapatkan pengaruh besar adalah muda mudi yaitu para remaja. "*Running Man*" yang baru saja menayangkan episode ke-200 edisi Indonesia mampu meraih rating 10,9

persen.³ Dari sini dapat dilihat bahwa muda mudi lebih menyukai acara-acara Korea dari pada harus menyaksikan acara nasional Indonesia. Tentu saja mereka mulai mencari informasi tentang aktris dan aktor tersebut, sehingga akhirnya mereka pun juga mengidolakan para artis Korea. Hal tersebut dikarenakan pada usia remaja merupakan satu masa dimana banyak gejala atau rasa keingintahuannya yang tinggi akan segala sesuatu yang dirasa menarik. Dalam hal ini adalah program *variety show Running Man* yang telah disinggung di atas. Kemunculan program tersebut membuat para remaja yang sedang terkena virus *Korean Wave* ini mengkonsumsi media selama berjam-jam dalam satu hari hanya untuk mendapatkan episode-episode terbaru dari *variety show Running Man*.

Perbedaan *variety show Running Man* dengan *variety show* lain yaitu:

(1) Ide baru yang segar, sangat jarang *variety show* hadir dengan konsep menyelesaikan misi dan harus menguras energi dan berpikir untuk memenangkannya; (2) Lokasi bermain sangat bagus, berbagai lokasi syuting *Running Man* membuat banyak orang ingin mengunjungi Korea Selatan. Tim *Running Man* sangat cerdas mengambil lokasi di berbagai tempat wisata, museum, tempat bersejarah, mall bahkan beberapa kali syuting di luar Korea Selatan; (3) Misi yang seru, sebagai *game* dengan berbagai misi, selalu ada ide segar di dalamnya; (4) Pemain yang atraktif, 7 anggota tetap *Running Man* (sebelumnya 9 orang) tampil menawan dengan kelebihan masing-masing yang membuat *variety show* ini semakin banyak menarik penggemar.

³ "Tayangkan Episode Indonesia, Rating 'Running Man' Merosot" dalam <http://www.wowkeren.com/berita/tampil/00053043.html#ixzz38REI8SEb>

Popularitas dari program *variety show Running Man* ini dapat diketahui dari perilaku konsumsi media yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi di UIN Sunan Ampel yaitu mereka mengkonsumsi media lebih sering daripada biasanya. Dari hasil wawancara tidak terstruktur terhadap 86 mahasiswa, didapatkan sebanyak 30 mahasiswa yang mengkonsumsi media dengan intensitas penggunaan media yaitu 1-2 kali dalam sehari, dan durasi penggunaan media yaitu hingga 1-2 jam dalam sehari. Para mahasiswa tersebut mengkonsumsi media internet untuk menonton atau mengunduh (download) *Running Man*.

Dari hari ke hari, *variety show* ini juga makin menghimpun banyak penggemar. Timeline beberapa teman pecinta K-Pop selalu menyambut episode-episode baru *Running Man* dan sibuk mengunduhnya dari sebuah situs. Dalam hal ini, media massa sangat berperan aktif. Tanpa adanya media massa tersebut maka tidak akan bisa menonton program *variety show Running Man*.

Untuk menonton sebuah film, drama, dan *variety show*, saat ini tidak hanya melalui televisi saja. Masyarakat dapat memanfaatkan media online untuk menonton. Banyak website yang menyediakan fasilitas untuk menonton sebuah program melalui website, bahkan dapat mengunduh (download) data program yang ingin ditonton. Dengan perkembangan media yang semakin maju, semakin banyak pula hiburan yang dapat dinikmati.

Dalam hitungan hari, keterlibatan seseorang dengan media massa makin meningkat. Penggunaan waktu untuk media massa lebih besar dan intens dibandingkan dengan aktivitas lain. Terlebih di era komunikasi digital seperti

saat ini, dimana informasi dapat menyebar dengan begitu cepat melalui media dan dapat diakses dengan mudah. Hal itu dikarenakan, saat ini manusia hidup dalam apa yang Marshall McLuhan sebut dengan “*global village*”; media komunikasi modern memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia terus-menerus terkoneksi.⁴

Dalam penelitian ini media massa dibatasi pada internet, dikarenakan mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya tidak menonton program *variety show Running Man* melalui televisi melainkan dengan mengunduhnya (download) melalui internet.

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa para remaja yang terkena demam Korea menggunakan/mengonsumsi media massa khususnya internet untuk menonton program *variety show Running Man*, kemudian penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Program Variety Show Running Man terhadap Konsumsi Media Para Remaja (Studi terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Semester VIII Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh dari program *variety show Running Man* terhadap konsumsi media para remaja?
2. Sejauh mana program *variety show Running Man* mempengaruhi konsumsi media para remaja?

⁴ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication, Edisi 9* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 405.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *program variety show Running Man* berpengaruh terhadap konsumsi media para remaja.
2. Untuk mengetahui sejauh mana *program variety show Running Man* mempengaruhi konsumsi media para remaja.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dari segi teoritis
 - a. Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi yang berbasis pada pengembangan penelitian kajian budaya populer serta kajian konsumsi media massa.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademik tentang konsumsi media.

2. Dari segi praktis

- a. Bagi Program Studi

Kajian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi penulis selanjutnya.

- b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memahami fenomena yang sedang terjadi, dalam hal ini adalah demam Korea *program variety show Running Man*.

c. Bagi Penulis

Memberikan manfaat bagi penulis guna menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh dibangku perkuliahan yaitu ilmu komunikasi.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mempunyai beberapa referensi atau rujukan dari penelitian terdahulu, diantaranya adalah:

1. Skripsi ini disusun oleh Shealla pada tahun 2012, dengan judul Pengaruh Program “Ceriwis” Terhadap Minat Menonton Dikalangan Ibu-Ibu (Studi Kasus Ibu-Ibu Perumahan Pondok Indah RT. 009 RW. 013). Teori yang digunakan adalah Teori *Uses and Gratifications* dan Teori Agenda Setting. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Fokus kajian penelitian adalah hubungan antara pengaruh tayangan Ceriwis dengan minat menonton acara Ceriwis dari ibu rumah tangga di Perumahan Pondok Indah RT 009 RW 013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh program “Ceriwis” terhadap minat menonton dikalangan ibu-ibu Perumahan Pondok Indah.
2. Skripsi ini disusun oleh Reino Harry Sandy pada tahun 2012, dengan judul Pengaruh Program Acara On The Spot di Trans 7 Terhadap Minat Menonton Anggota Karang Taruna (Survei pada Anggota Karang Taruna RT 06 RW 06 Komplek Taman Mangu Indah Blok F Kelurahan Pondok Aren, Tangerang). Teori yang digunakan Teori *Uses and Gratifications*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Fokus kajian dari penelitian ini adalah pada tayangan On The Spot TRANS 7 terhadap

minat menonton. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara program On The Spot terhadap minat menonton anggota Karang Taruna Komplek Taman Mangu Indah Blok F Kelurahan Pondok Aren, Tangerang.

Tabel 1.1
Matriks Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Jenis Karya/ Judul	Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian	Tujuan Penelitian	Perbedaan
1.	Shealla	Skripsi/ Pengaruh Program “Ceriwis” Terhadap Minat Menonton Dikalangan Ibu-Ibu (Studi Kasus Ibu-Ibu Perumahan Pondok Indah RT. 009 RW. 013).	2012	Kuantitatif	ada pengaruh program “Ceriwis” terhadap minat menonton dikalangan ibu-ibu Perumahan Pondok Indah	untuk mengetahui motif ibu rumah tangga di Perumahan Pondok Indah dalam menonton tayangan acara Ceriwis di Trans TV	Tujuan penelitian ini adaah untuk mencari motif terhadap minat menonton pada subjek penelitian, sedangkan penelitian dalam skripsi ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh tayangan dalam media
2.	Reino Harry Sandy	Skripsi/ Pengaruh Program Acara On The Spot di Trans 7 Terhadap Minat Menonton Anggota Karang Taruna (Survei pada Anggota Karang Taruna RT 06 RW 06 Komplek Taman Mangu Indah Blok F Kelurahan Pondok Aren, Tangerang)	2012	Deskriptif kuantitatif	menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara program On The Spot terhadap minat menonton anggota Karang Taruna Komplek Taman Mangu Indah Blok F Kelurahan Pondok Aren, Tangerang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai program acara On The Spot di TRANS 7. 2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tayangan On The Spot di TRANS 7 terhadap minat menonton anggota karang taruna komplek Taman Mangu Indah Blok F RT 06 RW 06, kelurahan Pondok Aren. 3. Memberikan tanggapan balik (feedback) kepada program acara On The Spot tersebut, agar mereka dapat menjaga dan meningkatkan kreatifitas konsep acara tersebut. 	Tujuan dari skripsi ini adalah mengetahui isi program, adanya timbal balik antara media dan khalayak, sedangkan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh tayangan dalam media

F. Definisi Operasional

1. Program *Variety Show Running Man*

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris ‘programme’ atau program yang berarti acara atau rencana. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran (dalam hal ini adalah televisi).⁵ Program televisi merupakan acara-acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi.

Televisi dianggap sebagai media yang paling efektif untuk menginformasikan segala sesuatu kepada publik. Sebagai media elektronik yang informatif, televisi umumnya memiliki program atau acara yang bervariasi. Mulai dari berita, diskusi, debat, olahraga, film, musik, sinetron, *talkshow*, *reality show*, dan masih banyak lagi yang lainnya.⁶

Running Man adalah sebuah acara varietas dari Korea Selatan. Pertama kali ditayangkan tanggal 11 Juli 2010 di SBS TV. *Variety show* ini menampilkan beberapa permainan yang dilakukan pertim, dapat 2 tim, 3 tim maupun 4 tim. *Variety show* ini diproduksi oleh Jo Hyo-jin, Im Hung-taek, dan Kim Ju-hyung dan sudah mencapai 170 episode pada tanggal 3 November 2013 dengan durasi 50-90 menit per episode. Konsep dari *variety show Running Man* lebih ke konsep *Urban Variety Show* dengan berbagai macam permainan yang akan para member mainkan lalu

⁵ Posted by asiaaudiovisualra09gunawanwibisono

⁶ Jubilee Enterprise, *88 Cara Inspiratif Berburu Ide untuk Blog* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 13.

menentukan pemenang serta mengundang bintang tamu yang berbeda-beda tiap episode-nya.

Member *Running Man* terdiri dari tujuh orang yaitu Yoo Jaesuk, Ji Sukjin, Kim Jongkook, Gary, Haha, Song Jihyo, dan Lee Kwangsoo (sebelumnya aktor Song Joongki juga ikut dalam *variety show* ini, namun karena terlalu sibuk syuting Joongki harus keluar dari *Running Man*). Ketujuh member ini memiliki karakter khas yang berbeda-beda yang unik dan menarik.

Running Man merupakan *variety show* yang paling diminati mulai dari awal penayangannya hingga sekarang. *Variety show* yang ditayangkan di SBS mencatat rating penonton tertinggi dalam sejarahnya. Pada bulan November 2011, hak siar acara *Running Man* dijual kepada 6 negara di Asia, yaitu Brunei, Taiwan, Thailand, China, Hongkong, Jepang, Singapura, Malaysia dan Kamboja. Di Indonesia *Running Man* tidak ditayangkan di televisi lokal. Episode-episode *Running Man* dapat disaksikan di youtube atau dapat mengunduhnya melalui sebuah situs di internet yaitu di K.Shownow.net.

2. Konsumsi Media

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Masyarakat tidak cukup hanya mengonsumsi “sandang, pangan, papan” saja untuk bisa bertahan hidup. Walaupun secara biologis terpenuhinya kebutuhan makanan dan pakaian telah

cukup, namun dalam tatanan pergaulan sosial dengan sesama manusia lainnya, manusia modern harus mengkonsumsi lebih daripada itu. Bisa dikatakan bahwa masyarakat modern sekarang hidup dalam budaya konsumen.

Konsumsi media adalah sejumlah informasi dan hiburan dari media yang diambil oleh individu maupun kelompok. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan konsumsi media yaitu, penggunaan atau menikmati apa yang disajikan oleh media yang dapat dilihat dari intensitas menggunakan media, durasi dalam menggunakan media. Konsumsi media di sini adalah konsumsi media internet.

3. Remaja

Remaja berasal dari kata latin *adolescence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Remaja (*adolescence*) diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional.⁷ Batasan usia remaja menurut WHO adalah 12 sampai 24 tahun. Untuk mendeskripsikan remaja dari waktu ke waktu memang berubah sesuai perkembangan zaman.⁸

Remaja yang akan diteliti adalah mahasiswa Semester VIII Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya sebanyak 86 mahasiswa yang aktif dalam perkuliahan.

⁷ John W. Santrock, *Adolescence Perkembangan Remaja*, terjemahan Shinto B. Adelar (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 26.

⁸ Ferry Efendi dan Makhfudli, *Keperawatan Kesehatan Komunitas: Teori dan Praktik dalam Keperawatan* (Jakarta: Salemba Medika, 2009), hlm. 221.

G. Kerangka Teori dan Hipotesis

1. Kerangka Teori

Indonesia saat ini sedang mengalami *trend* dunia hiburan yang berkiblat pada dunia hiburan Korea Selatan atau yang biasa disebut dengan *Hallyu* atau *Korean wave*. Budaya Pop Korea yang dikemas dalam film, drama, musik, *variety show*, dan lainnya disebar oleh media yang ada. Kemajuan teknologi juga turut merubah cara penyebaran *Hallyu*. Perkembangan media saat ini membuat *Hallyu* semakin cepat tersebar. Adanya media internet membuat *Hallyu* makin luas tersebar dan diterima di banyak Negara.

Masyarakat Indonesia mulai dari remaja bahkan orang tua zaman sekarang sudah terinfeksi oleh virus budaya Korea. Salah satu fenomena yang menjadi penopang gelombang Korea adalah *variety show Running Man*.

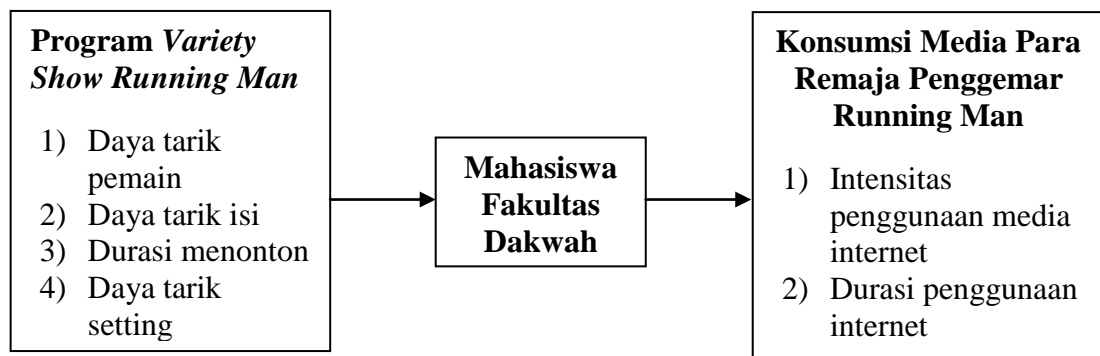
Variety show ini memiliki konsep yang berbeda di setiap episode-nya dengan mengundang bintang tamu yang berbeda-beda pula. Member *Running Man* terdiri dari tujuh orang. Ketujuh member memiliki karakter khas yang berbeda-beda yang unik dan lucu. Dalam *variety show* ini para member menjalankan misi-misi yang terkadang membuat penonton tegang dan tertawa pada waktu yang bersamaan.

Para remaja penggemar *variety show Running Man* selalu menyambut episode-episode baru *Running Man* dan sibuk mengunduhnya dari sebuah situs diinternet. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa *variety show Running Man* dapat mempengaruhi konsumsi media para

remaja dengan melihat antusiasme mereka dalam mengunduh episode *Running Man* diinternet.

Penelitian ini bertumpu pada teori dampak media massa khususnya pada Model Jarum Hipodermik untuk membuktikan asumsi dari teori yang diyakini bahwa media dapat sangat berpengaruh dan khalayak sendiri dianggap pasif atau menerima saja apa yang disampaikan oleh media (efek kuat). Secara aktif media juga membentuk perilaku yang kurang lebih sesuai dengan keinginan orang-orang yang dapat mengendalikan media dan isinya.

Berikut kerangka pemikiran peneliti dapat digambarkan berdasarkan pemaparan yang telah dikemukakan, sebagai berikut:



Keterangan:

→ : mempengaruhi

Bagan 1.1
Kerangka Pemikiran

2. Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat atau jawaban sementara terhadap suatu permasalahan yang diajukan, dimana kebenarannya perlu dibuktikan. Mengingat hipotesa merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian, maka hipotesa harus diuji terlebih dahulu.

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

H_0 = Program *variety show Running Man* tidak berpengaruh terhadap konsumsi media para remaja.

H_a = Program *variety show Running Man* berpengaruh terhadap konsumsi media para remaja.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Jenis penelitian kuantitatif memberikan gambaran menggunakan perhitungan statistik.

Jenis penelitian kuantitatif menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Periset lebih mementingkan aspek kekuasaan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.⁹

Sifat deskriptif dalam penelitian ini hanya untuk memaparkan situasi atau peristiwa, tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.¹⁰

2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah mahasiswa Semester VIII Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel yaitu sebanyak 86 mahasiswa yang menonton program

⁹ Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media, 2009), hlm. 55.

¹⁰ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 24.

variety show Running Man yang memenuhi karakteristik/kriteria yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah konsumsi media yang dilakukan para remaja. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel.

3. Teknik Sampling

a. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹ Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi semester VIII Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan kriteria usia antara 21-24 tahun dan pernah menonton *variety show Running Man*, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.¹² Dari kriteria responden yang telah disebutkan, maka jumlah populasi yang ditemui oleh peneliti sebanyak 30 responden. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto bahwa apabila responden kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi, yang berjumlah 30 responden, dari 86 mahasiswa hanya 30 mahasiswa yang menggemari dan sering menonton *variety show Running Man*.

¹¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 61.

¹² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian, ...*, hlm. 62.

4. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen/bebas dan variabel dependen/terikat. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Secara teoritis, variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat dirumuskan bahwa variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.¹³

Variabel penelitian dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Variabel independen/bebas, yaitu variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel tergantung, sementara variabel bebas berada pada posisi yang lepas dari pengaruh variabel tergantung.¹⁴ Menurut Sugiyono, variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁵ Biasanya variabel bebas ini di beri tanda (X). Variabel independen dalam penelitian ini adalah program *variety show Running Man*.

¹³ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian, ...*, hlm. 2-3.

¹⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Prenada Media, 2005), hlm.

¹⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian, ...*, hlm. 4.

- b. Variabel dependen/terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹⁶ Biasanya variabel terikat ini diberi tanda (Y). Pada penelitian ini yang dijadikan variabel dependen adalah konsumsi media.

Adapun indikator dari masing-masing variabel penelitian:

- a. Indikator variabel bebas (X), Program *Variety Show Running Man* yaitu:
- 1) Daya tarik host, yang meliputi karakter, perilaku, kekompakan dari pemain dan bintang tamu dalam *Running Man* yang membuat program tersebut semakin menarik.
 - 2) Daya tarik isi program *variety show Running Man*, yaitu permainan yang merupakan hal penting untuk menarik perhatian penonton.
 - 3) Durasi menonton, seberapa lama atau seberapa kedalaman saat menonton program *variety show Running Man* dalam satu episode/sekali menonton.
 - 4) Daya tarik setting yaitu tempat di mana adegan-adegan dari program *variety show Running Man* berlangsung. Meliputi lokasi syuting, lokasi permainan menjadi salah satu faktor yang menarik karena lokasi yang berbeda-beda dan menampilkan suasana di Korea membuat penonton di luar Korea menjadi lebih mengenal suasana di Korea.

¹⁶ Jalaluddin Rahmad, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 12.

- b. Indikator variabel terikat (Y), Konsumsi Media yaitu:
- 1) Intensitas penggunaan media internet adalah tingkat keseringan mengakses internet yang dihitung berdasarkan jumlah mengakses internet oleh responden per bulan.
 - 2) Durasi penggunaan internet mengindikasikan pada berapa lama waktu yang diperlukan dalam mengakses internet, dihitung berdasarkan lama waktu yang digunakan responden untuk mengakses internet pada setiap kunjungan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa jenis sumber data. Adapun data-data yang diperoleh meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data atau keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Adapun data sekunder adalah keterangan yang diperoleh dari pihak kedua.¹⁷ Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Dilakukan dengan mendata jumlah mahasiswa Semester VIII Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Survei juga dilakukan melalui kantor Prodi Ilmu Komunikasi untuk mengetahui lebih jelas jumlah mahasiswa Ilmu Komunikasi. Hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti mengetahui populasi dan mengambil sampel dalam penelitian.

¹⁷ Bagja Waluya, *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*, (Bandung: PT Setia Purna Inves), hlm. 79.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan yang diwawancarai, dan dapat juga secara tidak langsung.¹⁸

Dilakukan dengan bertanya secara langsung kepada responden yang diambil sebagai sampel untuk mengetahui apakah mereka menonton *variety show Running Man* dan hasil dari wawancara tidak terstruktur tersebut didapatkan 30 mahasiswa yang menonton *Running Man*.

c. Angket (*Kuesioner*)

Merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden.¹⁹ Tujuan pembuatan angket (*kuesioner*) adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian.²⁰

Dalam hal penyusunan instrumen, seperti *kuesioner*, indikator-indikator yang akan dijadikan pertanyaan dalam *kuesioner* dikembangkan dari variabel-variabelnya. Sementara itu, untuk alternatif jawaban tiap indikator, digunakan skala *likert* untuk pengukurannya.²¹

Skala *likert* merupakan skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pertanyaan berkaitan

¹⁸ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 372.

¹⁹ Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), hlm. 79.

²⁰ Soeratno dan Lincilin Arsyad, *Metode Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008), hlm. 91.

²¹ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, ..., hlm. 452.

dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu obyek tertentu. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena tertentu.²²

Untuk keperluan kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor:²³

- 1) Jawaban Sangat Setuju diberi skor 5
- 2) Jawaban Setuju diberi skor 4
- 3) Jawaban Ragu-ragu diberi skor 3
- 4) Jawaban Tidak Setuju diberi skor 2
- 5) Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi skor 1.

Tabel 1.2
Skala likert

Instrumen Variabel	Alternatif Jawaban	Skor
<i>Variety show</i> Running Man	Sangat Setuju	5
	Setuju	4
	Ragu-ragu	3
	Tidak Setuju	2
	Sangat Tidak Setuju	1
Konsumsi Media	Sangat Setuju	5
	Setuju	4
	Ragu-ragu	3
	Tidak Setuju	2
	Sangat Tidak Setuju	1

Angket (*kuesioner*) tersebut ditujukan kepada mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya yang menonton program *variety show Running Man*.

²² Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010), hlm. 138.

²³ *Ibid.*, 133.

6. Teknik Analisis Data

Proses analisis data merupakan salah satu metode untuk menemukan jawaban atas pernyataan dari perihal perumusan-perumusan yang diperoleh dari obyek penelitian.²⁴

Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan yang disesuaikan dengan kebutuhan analisis yang akan dikerjakan. Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen²⁵ dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.

Persamaan umum regresi linear sederhana ialah:

$$Y' = a + b X$$

Dimana:

Y' = Variabel dependen yang diprediksikan (Konsumsi media)

X = Variabel independen (program *variety show Running Man*)

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi²⁶

²⁴ Marzuki, *Metode Research*, (Yogyakarta: BPE UII, 1986), hlm. 63.

²⁵ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), hlm. 110.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 114.

b. Uji t (Hipotesis)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi.

Pengujian hipotesis dengan cara membandingkan t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk kejelasan dan ketetapan arah pembahasan dalam skripsi ini penulis menyusun sistematika sebagai berikut:²⁷

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi operasional, kerangka teori dan hipotesis, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORETIS

Mengemukakan referensi atau tinjauan pustaka yang mendukung kajian dan analisis teori, dimana yang berhubungan dengan hal-hal yang dibahas.

²⁷ Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pedoman Teknik Penulisan Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi* (Surabaya: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2013), hlm. 27.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Bab ini menguraikan tentang deskripsi subyek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah dan lokasi penelitian yang berlangsung di UIN Sunan Ampel Surabaya.

BAB IV : ANALISIS DATA

Di Bab ini penulis menerangkan bagaimana cara menganalisis data untuk menguji hipotesis dan mendapatkan jawaban penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan rekomendasi dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.