



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON
DRAMA KOREA TERHADAP KUALITAS
UBUDIYAH MAHASISWA FAKULTAS
DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

Fathiyah Khasanah Arrahmah

NIM. B01617012

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fathiyah Khasanah Arrahmah

NIM : B01217016

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Pengaruh Intensitas Menonton Drama Korea Terhadap Kualitas Ubudiyah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya* adalah benar merupakan karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 12 April 2021

Yang membuat pernyataan



Fathiyah Khasanah Arrahmah

NIM B01217016

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Fathiyah Khasanah Arrahmah

NIM : B01217016

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

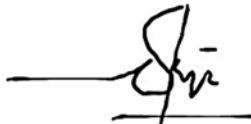
Judul Skripsi : PENGARUH INTENSITAS MENONTON
DRAMA KOREA TERHADAP
DEGRADASI UBUDYIAH MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 20 Maret 2020

2021

Menyetujui
Pembimbing,



LUKMAN HAKIM, S.Ag, M.Si, MA.,
NIP. 197308212005011004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

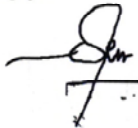
**PENGARUH INTENSITAS MENONTON DRAMA KOREA TERHADAP
KUALITAS UBUDIYAH MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

Disusun oleh
Fathiyah Khasanah Arrahmah
B01217016

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 1 April 2021

Tim Penguji

Penguji I



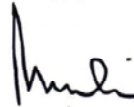
Lukman Hakim, S.Ag., M.Si, MA.
NIP. 197308212005011004
Penguji III



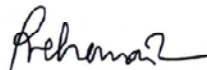
Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I
NIP. 197308212005011004

Penguji

I



Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag
NIP. 196912041997032007
Penguji IV



Drs. Prihananto, M.Ag.
NIP. 196912041997032007

Surabaya, 1 April 2021
Dekan,




Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fathiyah Khasanah Arrahmah
NIM : B01217016
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
E-mail address : fathiyahhasanah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain

Yang berjudul :

Pengaruh Intensitas Menonton Drama Korea Terhadap Kualitas Ubudiyah Mahasiswa

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Mei 2021

Penulis,

(Fathiyah Khasanah Arrahmah)

ABSTRAK

Fathiyah Khasanah Ar Rahmah, NIM B01217016, 2021. *Pengaruh Intensitas Menonton Drama Korea Terhadap Kualitas Ubudiyah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.*

Kata kunci : Drama Korea, Kualitas Ubudiyah

Melihat media massa secara berlebihan memiliki pengaruh terhadap perubahan perilaku seseorang baik langsung maupun tidak langsung. Peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui apakah drama Korea berdampak pada kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

Terdapat dua persoalan yang dikaji dalam penelitian ini, yakni: (1) Adakah pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. (2) Sejauhmana signifikasi pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh serta tingkat signifikasi pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif korelatif. Hasil penelitian ini adalah r hitung $>$ r tabel ($0,710 > 0,290$). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam dan memiliki signifikasi hubungan kuat.

ABSTRACT

Fathiyah Khasanah Ar Rahmah, NIM B01217016, 2021. *The Influence of the Intensity of Watching Korean Dramas on the Quality of Ubudiyah Students from the Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Ampel State Islamic University, Surabaya.*

Keywords: Korean Drama, Quality of Ubudiyah

Excessive consumption of mass media has a very big influence on changes in one's behavior, either directly or indirectly. In this study, the researcher aims to determine whether Korean drama has an impact on the quality of *ubudiyah* students of the Da'wah and Communication Faculty of UIN Sunan Ampel Surabaya.

There are two problems that are examined in this study, namely: (1) Is there an effect of the intensity of watching Korean dramas on the quality of behavior. *ubudiyah* Students of the Faculty of Da'wah and Communication, UIN Sunan Ampel Surabaya. (2) To what extent is the significance of the influence of the intensity of watching Korean dramas on the quality of behavior of *ubudiyah* students of the Faculty of Da'wah and Communication UIN Sunan Ampel Surabaya. The purpose of this study was to determine whether there is an influence or the level of significance of the influence of the intensity of watching Korean dramas on the quality of *ubudiyah* students of the Faculty of Da'wah and Communication UIN Sunan Ampel Surabaya.

The research method used in this study uses a quantitative approach with this type of correlative research. The results of this study are $r_{count} > r_{table}$ ($0.710 > 0.290$). So that H_0 is rejected and H_a is accepted. This indicates that there is a significant influence between the intensity of watching Korean dramas on the quality *ubudiyah* of the Islamic Broadcasting Communication Students and it has a significant correlation.

البحث البحثمستخلص مستخلص

فتحية حسنة الرحمة ، رقم تسجيل ب ١٢٠٢ ٦١٠٧١٢١٠

تأثير شدة مشاهدة الدراما الكورية ضد انحطاط طلاب العبودية بكلية الدعوة والاتصال ، جامعة سنان أمبل الإسلامية الحكومية ، سورابايا

الكلمات المفتاحية: الدراما الكورية ، تدهور العبودية

الاستهلاك المفرط لوسائل الإعلام له تأثير كبير جدًا على التغيرات في سلوك الفرد ، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.. هدفت الباحثة في هذه الدراسة إلى تحديد ما إذا كان للدراما طلاب كلية الدعوة والاتصال في جامعة إنديانا سنان العبودية الكورية تأثير على تدهور سلوككدي أمبل سورابايا

وهناك مشكلتان تم تناولهما في هذه الدراسة وهما: (١) هل هناك تأثير لشدة مشاهدة جامعة سنان أمبل طلاب كلية الدعوة والاتصال العبودية الأعمال الدرامية الكورية على جودة السلوك الإسلامية الحكومية؟ (٢) إلى أي مدأهمية تأثير كثافة مشاهدة الأعمال الدرامية الكورية على لطلاب كلية الدعوة والاتصال جامعة سنان أمبل الإسلامية الحكومية تكمنأوبودية جودة سلوك كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كان هناك تأثير أو مستوى دلالة لتأثير كثافة مشاهدة طلابفي كلية الدعوة والاتصال جامعة سنان أمبل أوبودية الأعمال الدرامية الكورية على تدهور الإسلامية الحكومية

تستخدم طريقة البحث المستخدمة في هذه الدراسة منهجًا كميًا مع هذا النوع من بحيث يتم (0.290 > 0.710) ر جدول > ر البحث المترباط. نتائج هذه الدراسة هي عدد وهذا يدل على وجود تأثير كبير بين كثافة مشاهدة الأعمال . ه ا وقبول 0 ه رفض لطلاب الاتصال الإذاعي الإسلامي وله علاقة أوبودية الدرامية الكورية على سلوك ارتباط معنوية

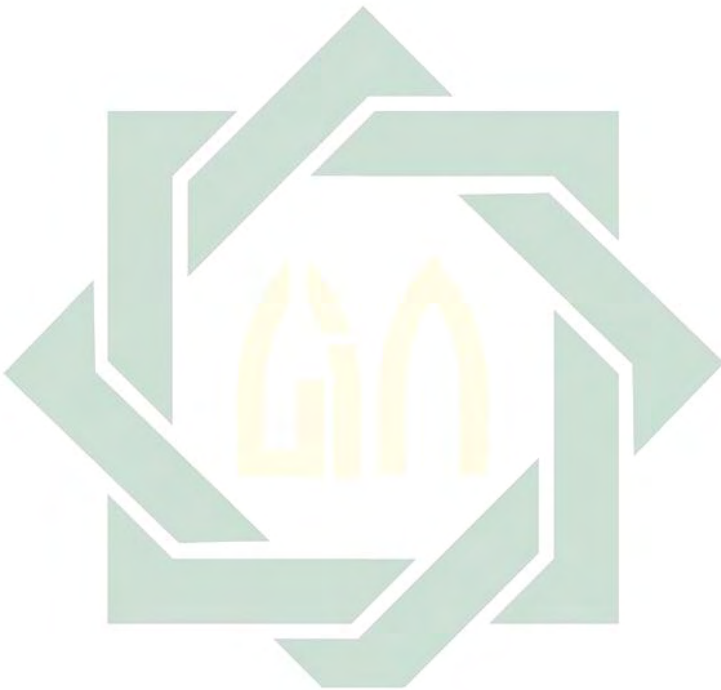


DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
البحث البحثمستخلص مستخلص	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Definisi Operasional	13
F. Sistematika Pembahasan	20
BAB II KERANGKA TEORETIK	23
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	23
B. Kerangka Teori.....	29
C. Paradigma Penelitian	65
D. Hipotesis Penelitian	67

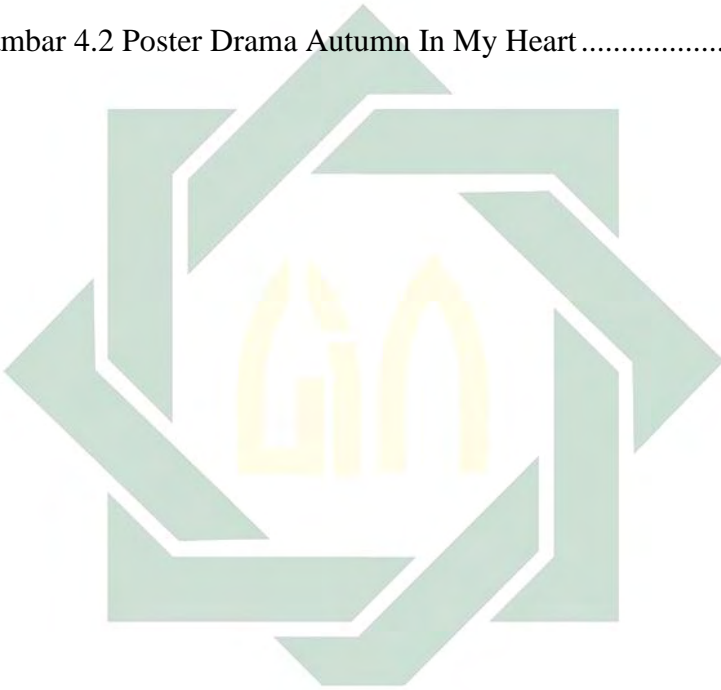
BAB III METODE PENELITIAN	70
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	70
B. Lokasi Penelitian	71
C. Populasi dan Teknik Sampling.....	72
1. Populasi	72
2. Sampel dan Teknik Sampling.....	72
D. Variabel dan Indikator Penelitian	74
1. Variabel	74
2. Indikator	74
E. Tahap-Tahap Penelitian.....	76
F. Teknik Pengumpulan Data	78
G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian.....	81
H. Teknik Analisis Data	87
BAB IV PEMBAHASAN.....	89
A. Penyajian Data.....	89
B. Analisis Data	97
C. Pengujian Hipotesis	130
1. Uji Normalitas	130
2. Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	132
D. Pembahasan Hasil Penelitian	135
1. Perspektif Teoritis	135
2. Perspektif Keislaman.....	136
BAB V PENUTUP	138
A. Kesimpulan	138

B. Saran dan Rekomendasi139
C. Keterbatasan Penelitian.....139
DAFTAR PUSTAKA..... 141
LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Paradigma Penelitian.....	64
Gambar 4. Drama <i>sa geuk</i> Dong Yi yang pernah tayang di Indosiar.....	88
Gambar 4.2 Poster Drama Autumn In My Heart.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	27
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian	72
Tabel 3.2 Skor Penilaian Skala Likert	77
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Intensitas menonton Drama Korea (X)	79
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Kualitas <i>Ubudiyah</i> (Y)	81
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Intensitas menonton Drama Korea	83
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas <i>Ubudiyah</i> ..	84
Tabel 4.1 Tahun Angkatan.....	94
Tabel 4.2 Frekuensi Saya meluangkan waktu untuk menonton drama Korea.....	95
Tabel 4.3 Frekuensi menonton drama Korea settiap hari	96
Tabel 4.4 Frekuensi ketersediaan waktu menonton drama Korea.....	97
Tabel 4.5 Frekuensi intensitas waktu menonton 3-5 jam sehari	98
Tabel 4.6 Frekuensi Saya memberi batas waktu ketika menonton drama Korea	99

Tabel 4.7 Frekuensi Saya suka menonton drama Korea karena drama Korea lebih menarik daripada drama atau sinetron negara lain	100
Tabel 4.8 Frekuensi Saya menonton drama korea hingga tengah malam	101
Tabel 4.9 Frekuensi Saya selalu menonton drama korea setiap minggunya	102
Tabel 4.10 Frekuensi Saya menonton drama Korea hingga episode terakhir	103
Tabel 4.11 Frekuensi Saya menonton drama Korea ongoing	104
Tabel 4.12 Frekuensi Saya suka menonton drama Korea karena visual aktor yang menarik	105
Tabel 4.13 Frekuensi Saya suka menonton Drama Korea karena jalan cerita yang seru (plot twist)	106
Tabel 4.14 Frekuensi Saya sering terlalu fokus menonton drama Korea, hingga saya meninggalkan aktivitas yang lain	107
Tabel 4.15 Frekuensi Saya selalu mengikuti info drama Korea terbaru	108
Tabel 4.16 Frekuensi Menonton drama Korea adalah bagian keseharian saya	109
Tabel 4.17 Frekuensi Saya merasakan ketenangan saat melaksanakn shalat	110
Tabel 4.18 Frekuensi Setelah shalat fardhu saya selalu melakukan shalat sunnah	111

Tabel 4.19 Frekuensi Menonton drama korea hingga larut malam membuat saya telat sholat subuh.....	112
Tabel 4.20 Frekuensi Saya shalat fardhu selalu di awal waktu	113
Tabel 4.21 Frekuensi Ketika menonton drama Korea kemudian waktu shalat fardhu tiba, saya meninggalkan drama Korea dan bergegas melaksanakan sholat fardhu.....	115
Tabel 4.22 Frekuensi Saya sering melakukan shalat sunnah meski saya suka menonton drama Korea	116
Tabel 4.23 Frekuensi Saya terkadang menunda shalat fardhu karena menonton drama Korea	117
Tabel 4.24 Frekuensi Saya selalu membaca al-Qur'an setiap hari meski saya suka menonton drama Korea	118
Tabel 4.25 Frekuensi Saya mengosongkan pikiran agar dapat fokus berinteraksi kepada Allah SWT saat shalat.....	119
Tabel 4.26 Frekuensi Saya terburu-buru ketika membaca al-Qur'an untuk menonton drama Korea	120
Tabel 4.27 Frekuensi Membaca al-Qur'an adalah bagian dari keseharian saya	121
Tabel 4.28 Frekuensi Saya memiliki waktu yang tetap dalam membaca al-Qur'an.....	122
Tabel 4.29 Frekuensi Setelah melaksanakan sholat fardhu saya membaca al-Qur'an	123
Tabel 4.30 Frekuensi Saya selalu mematikan televisi ketika shalat	124
Tabel 4.31 Hasil Uji Normalitas	125

Tabel 4.32 Hasil Uji Pearson Product Moment 127



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan dan kemajuan teknologi mempunyai pengaruh pada kehidupan manusia. Perkembangan teknologi hari ini telah mempermudah aktivitas komunikasi antara individu satu dengan yang lain. Proses mengirim dan menerima pesan dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media seperti audio, visual dan audio visual serta digital. Pesatnya perkembangan dalam bidang teknologi dan informasi menyebabkan perubahan dalam diri individu yang menjadi seorang konsumen. Media massa sebagai sarana berkembangnya teknologi informasi secara langsung maupun tidak telah mempengaruhi individu dari aspek afektif, kognitif hingga konatif. Sehingga, secara perlahan tapi pasti konsumsi media massa menjadi sebuah kebutuhan hingga kecanduan.¹

Dalam keseharian, rata-rata manusia di seluruh belahan dunia lebih banyak menghabiskan waktu untuk mengakses media. Sehingga, saat ini dapat dikatakan media telah mempengaruhi hampir seluruh kehidupan masyarakat dalam aspek ekonomi, sosial dan budaya.² Media adalah kunci institusi

¹ Roby Johan Falah. "Pilihan Media Massa Sebagai Sumber informasi Informasi Bagi Remaja di Kelurahan Ngagel Rejo Kota Surabaya", *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018, 1.

² Shirley Biagi, *Media Impact: Pengantar Media Massa*, terj. Mochammad irfan dan Wulung Wira Mahendra, (Jakarta: Salmeha Humanika, 2011), 5.

dalam kehidupan bermasyarakat. Masyarakat hidup berdampingan dan tidak dapat dipisahkan dengan unsur-unsur budaya, ekonomi, sosial dan politik. Hal ini menjadikan unsur-unsur tersebut juga akan terpengaruh oleh media dan tidak dapat dipungkiri bahwa media juga terpengaruh oleh selera, minat dan perilaku masyarakat yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan ekonomi, sosial, politik dan budaya.³

Perkembangan teknologi informasi serta peran media massa telah menggiatkan munculnya budaya-budaya yang digemari banyak orang diseluruh penjuru dunia. K-pop atau *Korean Wave* adalah budaya yang menjadi *trendsetter* dan sedang mempengaruhi berbagai negara saat ini. Fenomena *Korean Wave* atau Demam Korea yang biasa disebut *Hallyu* di negara Korea sendiri artinya mengacu pada popularitas budaya Korea di luar negeri dalam menawarkan budaya dalam bentuk hiburan seperti film, drama, musik pop, animasi dan games. Tren demam Korea hadir dalam beragam film dan drama, musik dengan aliran K-Pop, *fashion* bergaya Korea hingga makanan dengan cita rasa korea (K-food). Indonesia sebagai negara berkembang yang mudah dipengaruhi oleh negara-negara maju, seiring waktu juga ikut terkena imbas penyebaran budaya ini. Penyebaran budaya Korea juga

³ Misbakhul Laela. "Etnografi Virtual (Kajian Terhadap *Fanspage* K-POP dan K-drama Indonesia)", *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, 2017, 1.

berhubungan kuat dengan berbagai media massa yang giat mempromosikan budaya tersebut, salah satu media massa yang intens dalam menyebarkan budaya ini adalah internet dan televisi.⁴

Keberhasilan drama Korea dalam menarik minat masyarakat Indonesia terbukti dengan tingginya animo penonton terhadap drama Korea yang pertama kali ditayangkan saat itu, *Endless Love*. Berdasarkan hasil survey AC Nielsen Indonesia, *Endless Love* dalam penayangannya memperoleh rating mencapai 10 dan ditonton oleh 2,8 juta pemirsa di lima kota besar. Sukses dengan *Endless Love*, menjadikan stasiun televisi lokal lebih giat mengimpor drama dari negeri gingseng ini. Drama semacam *Winter Sonata*, *Full House*, *Princess Hours* sampai *Boys Before Flowers* juga tidak kalah sukses dalam menarik perhatian masyarakat bahkan para aktor yang berperan dalam drama-drama tersebut telah menjadi idola baru masyarakat.⁵

⁴ Wulan Pupitasari, Yosafat Hermawan. "Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers Di Surakarta", *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosial Antropologi*, (online), Vol.3, no.2, diakses pada Oktober 2020 dari www.jurnal.fkip.uns.ac.id

⁵ Herpina, Amsal Amri. "Dampak Ketergantungan Menonton Drama Korea Terhadap Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Syiah Kuala", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, (online), Vol. 2, no. 2, diakses pada September 2020 dari www.jim.unsyiah.ac.id

Ketika awal drama Korea tayang di televisi pada tahun 2002-2005, media televisi adalah salah satu media massa yang mendominasi hampir semua waktu luang setiap orang. Karena televisi sendiri banyak menyita perhatian masyarakat tanpa mengenal batas usia, pekerjaan, tempat tinggal hingga latar belakang pendidikan. Hal inilah yang mengakibatkan drama Korea tersebar dikalangan masyarakat pada saat itu.⁶

Seiring dengan berkembangnya teknologi media massa yang ditandai dengan kemunculan internet. Saat ini internet tidak hanya sekedar media untuk mengakses informasi, melainkan juga sebagai fasilitas hiburan. Internet memberikan independensi dan keleluasaan dalam mengakses berbagai macam informasi apapun dari belahan dunia lain.⁷

Salah satunya internet sebagai tempat yang menyediakan situs-situs ilegal untuk mendownload drama Korea dan memberikan kemudahan akses bagi setiap

⁶ Nurisa Dara Ginari. "Intensitas Menonton Korean Drama dan *Fashion* Remaja Putri di Surakarta (Studi Korelasi Menonton Korean Drama Dengan *Fashion* Siswi di SMA Negeri 3 Surakarta Tahun 2011)", *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011, 15.

⁷ David Holmes. *Teori Komunikasi Media*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 18.

orang, saat ini drama Korea bisa di akses oleh siapapun seperti dalam <https://drakorindo.info/>, *DramaID.com*, *kshowsubindo.org* dan masih banyak lagi. Ditambah lagi dengan kemunculan situs streaming legal seperti *Netflix*, *Viu*, *HOOQ* yang juga menyediakan layanan download dan streaming drama Korea, semakin menambah akses tak terbatas terhadap para penikmat drama Korea.

Disisi lain dengan akses yang tidak terbatas ini mengakibatkan semakin banyaknya pecinta drama Korea terutama dari kalangan mahasiswa. Dengan adanya internet banyak mahasiswa yang mengunduh drama Korea di warung kopi dan kampus. Terutama dikalangan para pencinta drama Korea mereka biasanya saling berbagi drama yang mereka punya. Sehingga dari berbagi drama Korea menjadi jalan lebih mempermudah tersebarnya pecinta drama Korea dikalangan mahasiswa itu sendiri.⁸

Marthaya berpendapat drama Korea memiliki peminat yang banyak dari kalangan mahasiswa. Terdapat beberapa alasan mengapa mahasiswa menyukai drama Korea. Pertama, drama Korea meenampilkan jalan cerita

⁸ Hijrana. "Hubungan Frekuensi Menonton Drama Korea Dengan Perilaku Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan komunikasi UIN Alauddin Makassar", *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makssar, 2017, 3.

yang sangat menarik, penuh *plot twist* dan tidak bertele-tele. Kedua, setiap episodenya tidak memiliki durasi yang terlalu panjang. Ketiga, visual para pemain drama yang cantik dan tampan mampu membuat penonton betah berlama-lama mengikuti setiap episodenya. Alasan-alasan inilah yang menjadikan penonton lupa waktu ketika menonton drama Korea.⁹

Drama Korea memiliki daya tarik tersendiri bagi para mahasiswa, mahasiswa sering menjadikan drama Korea sebagai pelarian dari kehidupan perkuliahan. Hal ini dikarenakan drama Korea menyajikan genre dan alur cerita yang menarik serta tidak bertele-tele seperti kebanyakan drama Indonesia.¹⁰ Rata-rata drama Korea populer memiliki 16 episode, yang menjadikan penonton tidak terlarut dalam kebosanan menonton drama Korea. Latar tempat estetik, sinematografi yang memukau, akting yang mumpuni dan aktor yang memiliki wajah menarik serta fashionable menjadikan mahasiswa betah menonton

⁹ Nerissa Arviana Istanti, “Intensitas Menonton Tayangan Drama Korea dan Kebahagiaan Mahasiswa”, *Jurnal Mahasiswa Yogyakarta*, (online), Vol.1, No.1, diakses pada Januari 2021 dari <http://journal.student.uny.ac.id/>

¹⁰ Hijrana. “Hubungan Frekuensi Menonton Drama Korea Dengan Perilaku Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan komunikasi UIN Alauddin Makassar”, 43.

drama Korea yang berdurasi lama hingga meninggalkan prioritas lain.

Ketertarikan seseorang terhadap suatu tayangan akan menarik perhatian individu tersebut, hal ini menjadikan aktivitas yang sesuai dengan minat jauh lebih kuat dan intens dibandingkan dengan aktivitas yang tidak diminati. Kondisi ini menyebabkan timbulnya rasa puas dan bahagia ketika seseorang tersebut menonton drama Korea. Sikap seperti ini memiliki sifat positif sebab cenderung mendekati dan menggemari suatu objek atau tayangan tertentu. Namun, sikap seperti ini juga dapat menjadi negatif ketika seseorang tersebut terlalu berlebihan dalam menggemari sebuah tayangan sehingga melahirkan sikap fanatik dan menjadikan kehidupan sehari-hari terganggu karena sikap tersebut.¹¹

Dengan intensitas menonton yang sangat kuat, dengan mudah mahasiswa saat ini terutama yang merupakan seorang *heavy viewer* akan terpengaruh untuk senantiasa menonton drama Korea, hingga muncul sifat konsumtif dan kecanduan akan tayangan tersebut.

¹¹ Awaliya Frisnawati, "Hubungan antara Intensitas Menonton *Reality Show* dengan Kecenderungan Perilaku Prososial pada Remaja", *Empathy Jurnal Fakultas Psikologi* , Vol.1, No.1, diakses pada 12 Januari 2021 dari www.academia.edu

Intensitas menonton akan memiliki pengaruh terhadap seberapa kuat terpaan drama Korea dalam mengubah pemikiran, sikap dan perilaku penonton.¹² Terpaan ini dapat menimbulkan efek negatif, seperti malasnya mahasiswa untuk belajar jika sudah terlarut dalam menonton drama Korea, menunda-nunda pekerjaan serta seringnya menonton drama Korea hingga larut malam menyebabkan telat bangun, telat dalam melaksanakan shalat dan terlambat dalam mengikuti perkuliahan.¹³

Penikmat drama Korea biasanya melakukan marathon drama Korea (menonton tanpa henti) untuk menghabiskan satu judul drama Korea yang biasanya membutuhkan waktu 16 jam. Kegiatan ini sangat menyita waktu dan berefek terhadap kualitas ubudiyah mahasiswa. Seperti, terabaikan dan tidak terlaksananya ibadah sehari-sehari karena fokus menonton drama Korea. Kesimpulan ini peneliti ambil dari beberapa penelitian sebelumnya yang telah meneliti efek drama korea terhadap perilaku dan gaya hidup, hasil dari penelitian - penelitian tersebut

¹² Nurisa Dara Ginari. “Intensitas Menonton Korean Drama dan *Fashion* Remaja Putri di Surakarta (Studi Korelasi Menonton Korean Drama Dengan *Fashion* Siswi di SMA Negeri 3 Surakarta Tahun 2011)”, 2.

¹³ Nerissa Arviana Istanti, “Intensitas Menonton Tayangan Drama Korea dan Kebahagiaan Mahasiswa”, No.1,

menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara menonton drama korea terhadap perilaku maupun gaya hidup. Seperti dalam jurnal berjudul “Hubungan antara Terpaan drama Korea di Televisi dengan Gaya Hidup Penonton” yang ditulis Ivan Ibnu Salam dkk, dalam penelitian tersebut terdapat hubungan antara variable X (terpaan drama Korea) dan variable Y (gaya hidup penonton) sebesar 0,439 yang berarti memiliki hubungan yang cukup berarti.¹⁴

Namun, indikasi yang berlawanan terlihat pada skripsi yang ditulis oleh Putri Dewi Pangestingtiyas dengan judul “Hubungan Intensitas Menonton Film Dengan Kesadaran Akan Nilai-Nilai Ibadah dalam Film Pendek Cinta Subuh di Youtube ”. Berdasarkan dari hasil pengamatan dan analisis data yang dilakukan kepada 52 responden terdapat hubungan yang lemah dan tidak signifikan antara menonton film dan kesadaran nilai ibadah terutama kesadaran akan shalat subuh. Kesimpulan dari hasil analisis data yang telah dilakukan bahwa intensitas menonton tidak berdampak pada Anggota Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Syahid UIN

¹⁴ Ivan Ibnu Salam dkk, “Hubungan antara Terpaan drama Korea di Televisi dengan Gaya Hidup Penonton”, *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, Vol. 1, NO.1 diakses pada November 2020 dari www.researchgate.net

Syarif Hidayatullah Jakarta karena ada faktor lain yang mempengaruhi sehingga tidak berpengaruh .¹⁵

Karena itulah peneliti ingin meneliti lebih lanjut apakah intensitas menonton drama Korea berdampak pada kualitas *ubudiyah* mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel dan seberapa signifikan pengaruh tersebut. Peneliti tidak mengangkat secara khusus drama Korea apa yang akan diteliti, disini peneliti lebih fokus mengenai hubungan intensitas menonton terhadap kualitas *ubudiyah* mahasiswa yang menonton drama Korea.

¹⁵ Putri Dewi Pangestingtiyas. “Hubungan Intensitas Menonton Film Dengan Kesadaran Akan Nilai-Nilai Ibadah dalam Film Pendek Cinta Subuh di Youtube”, *Skripsi*, Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019, 101.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas untuk memperoleh gambaran lebih jelas mengenai masalah penelitian, masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya?
2. Seberapa signifikan pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Untuk memahami seberapa signifikan pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan bagi peneliti sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretik
 - a. Menjadi bahan referensi terhadap kajian kualitas *ubudiyah* dan intensitas menonton dengan memanfaatkan media drama Korea.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan pengetahuan kepada pembaca dan memberi kontribusi pada disiplin ilmu komunikasi penyiaran islam terlebih mata kuliah komunikasi massa.
 - c. Sebagai acuan pada penelitian dengan objek dan media sejenis di masa yang akan datang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan wawasan pengetahuan mengenai pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

- b. Diharapkan bagi para pembaca agar lebih kritis dalam menanggapi pesan komunikasi yang diterima dari media massa.
- c. Sebagai bahan masukan bagi komunikator media massa, diharap lebih memperhatikan lagi pesan yang akan disampaikan kepada penonton apakah memberikan dampak negatif atau positif dari pesan yang mereka berikan.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan langkah untuk menjelaskan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diteliti. Dalam langkah ini diperlukan adanya observasi secara cermat terhadap sebuah objek atau fenomena.¹⁶ Adanya definisi operasional dapat memberikan batasan kepada setiap variabel yang akan dikaji dan dapat diukur oleh parameter yang dipakai.¹⁷ Adapun definisi operasional penelitian ini adalah:

1. Intensitas menonton

¹⁶ Hidayat, Aziz Alimun. *Metoden Penelitian dan Teknik Analisis Data*, (Jakarta: Salemba Medika, 2007).

¹⁷ Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (Jakarta: Raja Grafindo Pers, 2011), 57.

Intensitas memiliki arti keseriusan, kesungguhan, ketekunan, kedalaman, ketajaman, intensitas juga dapat diartikan sebagai intensif yang berarti intens. Sedangkan intens berarti getol, giat, intensif, keras, khusyuk, sungguh-sungguh, tekun, tajam.¹⁸ Intensitas ialah kedalaman atau keteguhan sikap atas suatu objek yang belum tentu sama meskipun arahnya tidak berarti.¹⁹ Sedangkan dalam Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) Intensitas memiliki arti keadaan tingkatan atau intensnya.²⁰

Chaplin berpendapat bahwa intensitas berakar dari kata dalam bahasa Inggris *intensity* (Intensitas) yakni sifat kuantitatif dari suatu pengindraan yang memiliki hubungan dengan intensitas perangsangnya atau juga dapat dimaknai sebagai kesungguhan yang mendukung pemikiran maupun perilaku.²¹ Arthur S Reber mendefinisikan Intensitas sebagai “*intensity is a borrowed from Physics a measure of quantity*

¹⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *Tesaurus Alfabetis Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2009), h. 242.

¹⁹ Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)

²⁰ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 293.

²¹ Chaplin J, *Kamus Lengkap Psikologi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 254.

energy”.²² Intensitas merupakan sebuah pinjaman dari fisik sebagai suatu ukuran dari kuantitas energi. Definisi ini memiliki makna bahwa intensitas ialah suatu tingkatan atau ukuran (*measure*) yang digunakan untuk menunjukkan sebuah aktivitas tertentu.

Poerdawaminta mengartikan menonton sebagai melihat pertunjukan, gambar hidup dan lain sebagainya. Sedangkan pengertian menonton menurut Sardji yaitu suatu proses yang disadari atau tanpa disadari saat menonton ditempatkan pada alam yang samar dan dihadapkan pada tumpuan cahaya serta membantu dalam menciptakan ilusi diatas layar yang akan menghasilkan emosi, pemikiran dan atensi manusia yang dipengaruhi oleh tayangan-tayangan yang ditonton.²³ Menonton juga memiliki definisi sebagai aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu.²⁴ Sedangkan Sudarma Darwin

²² Arthur S Reber, *Dictionary Of Psychology*, (London: Pinguin Book, 1985), 366.

²³ Muhammad Khuzairi dan Nasrun “Pengaruh Layanan Bimbingan Kelompok Teknik Diskusi Terhadap Kebiasaan Menonton Film Sinetron di SMP Negeri 1 Batang Kuis”, *Jurnal Psikologi Konseling* (online), Vol. 3, no.2. diakses pada 11 Januari 2021 pada <https://jurnal.unimed.ac.id>

²⁴ Awaliya Frisnawati, “Hubungan antara Intensitas Menonton *Reality Show* dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial pada Remaja”, No.1.

mendefinikan menonton ialah suatu aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu²⁵

Maksud tingkatan dalam penelitian ini ialah ukuran bagi individu ketika menonton suatu tayangan. Intensitas menonton tayangan adalah jumlah keseluruhan waktu yang dibutuhkan oleh penonton dalam suatu tayangan di media massa tertentu. Dalam intensitas menonton terdapat dua aspek yang mempengaruhi besarnya intensitas, yaitu:²⁶

a. Frekuensi

Seberapa sering pengulangan aktivitas menonton yang dilakukan penonton dalam melihat suatu tayangan.

b. Durasi

Banyaknya atau lama waktu yang dihabiskan dalam menonton suatu tayangan.

c. Atensi

²⁵ Sudarwan Danim, *Ilmu-Ilmu Perilaku*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 35.

²⁶ Iffah Mawaddah. "Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun Youtube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak", *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018, 19.

Besarnya perhatian atau konsentrasi yang diberikan saat menonton suatu tayangan.

Ukuran atau standar tingkatan intensitas menonton dalam penelitian ini, diamati melalui seberapa sering mahasiswa dalam menonton drama Korea dan seberapa lama mahasiswa tersebut menghabiskan waktu untuk menonton drama Korea. Ukuran tersebut adalah bentuk ketertarikan dan perhatian yang dilakukan mahasiswa dalam mengakses dan menonton drama Korea berdasarkan banyaknya waktu yang mereka habiskan dalam menonton.

2. Kualitas *ubudiyah*

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.²⁷ Perilaku manusia ialah semua perbuatan atau aktivitas yang dilakukan manusia dan dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung²⁸

Perilaku dalam Islam dimaknai sebagai perbuatan yang sesuai dengan syariat-syariat Islam,

²⁷ Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 115.

²⁸ Soekidjo Notoatmojo. *Ilmu Perilaku Kesehatan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 21.

perbuatan tersebut dilakukan dengan menjalankan apa-apa yang diperintahkan Allah SWT, serta menjauhi segala hal yang dilarang-Nya sesuai dengan yang telah termaktub dalam al-Qur'an dan As-Sunnah. Allah telah menurunkan Rasul sebagai sosok representatif dari ajaran-ajaran Islam. Perilaku Rasulullah SAW sebagai teladan yang baik (*uswatun hasanah*) terkandung dalam firman Allah berikut:²⁹

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ
اللَّهُ كَثِيرًا وَالْيَوْمَ الْأَخِرَ وَذَكَرَ

*aArtinya: “Sesungguhnya, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yakni) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah”*³⁰

Sedangkan makna *ubudiyah* menurut Ibrahim Al Mustafa dalam *Al Mu'jam Al Wasith* menjelaskan

²⁹ Devid Saputra, “Pengaruh Status Mukim dan Perilaku Mahasiswa Terhadap Kedisiplinan Menjalankan Ibadah Shalat Subuh Berjamaah di Masjid”. Jurnal Al Nidzom, (online) , Vol. 3, No. 4, diakses pada 18 Januari 2021 dari

³⁰ Al-Qur'an, *Al-Ahzab: 21*

bahwa *ubudiyah*, '*ubudah* dan '*ibadah* secara bahasa berasal dari kerangka satu kata yang sama yaitu *عبادة-عبادة-يعبد-عبد* yang memiliki arti melayani -patuh, tunduk.³¹ Sedangkan dalam istilah bahasa Arab *ibadah* berarti berbakti, berkhidmat, tunduk, mengesakan dan merendahkan diri. Secara istilah Indonesia dapat diartikan sebagai perbuatan untuk tunduk kepada Allah dikarenakan ketaatan seorang hamba untuk mengemalkan apa-apa yang diperintahkan-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Juga dapat diartikan sebagai upaya lahir dan bathin yang sesuai dengan perintah Allah untuk memperoleh kebahagiaan dan keseimbangan dalam kehidupan.³²

Ubudiyah atau dapat dikatakan perilaku keagamaan merupakan suatu keadaan yang terdapat pada diri seseorang yang mendorong untuk melakukan perbuatan terkait keagamaan. Aliran behaviorisme memandang bahwa perilaku

³¹ Ibrahim Mustafa. *al Mu'jam al-Wasith*. (Al-Qahirah: Maktabah Al Shuruq, 2004), 579.

³² Syarifuddin Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 17.

keagamaan berkaitan erat dengan stimulus lingkungan seseorang, hal ini menandakan apabila stimulus keagamaan dapat memunculkan respon pada diri seseorang maka akan timbul dorongan untuk berperilaku keagamaan.³³

Perilaku *ubudiyah* secara konseptual dapat dimaknai sebagai perbuatan yang dilakukan oleh manusia berdasarkan nilai-nilai yang terdapat pada ajaran Islam. Sedangkan, secara operasional perilaku *ubudiyah* dapat dimaknai sebagai kegiatan yang dilakukan untuk mengamalkan ajaran Islam dalam keseharian, yang berwujud *hablum minallah*. Perilaku *ubudiyah* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku *ubudiyah* mahasiswa yang diwujudkan dalam bentuk pengamalan ibadah yang meliputi ibadah mahdah yaitu sholat dan membaca al-Qur'an.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab yang mana satu bab

³³ Jalaluddin Rahmat 2012 47

dengan bab lain terdapat keterkaitan secara sistematis, dengan kata lain pembahasan dalam penelitian berurutan dari bab pertama hingga ke lima. Dengan artian, apabila membaca penelitian ini harus dimulai dari bab satu terlebih dahulu, lalu ke bab dua, dan seterusnya hingga bab ke lima dan setiap bab terbagi atas sub bab yang lebih terperinci diantaranya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi pembahasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORETIK.

Dalam bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu yang relevan, kerangka teoritik yang membahas seputar komunikasi massa, intensitas menonton yang berisi teori kultivasi dan konsep terpaan media, kualitas *ubudiyah* dan tantangan dakwah di era masyarakat informasi. Serta paradigma penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, antara lain pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel dan

teknik sampling, variabel, indikator penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi pembahasan tentang gambaran umum obyek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian dari perspektif teoritis dan keislaman.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini peneliti memaparkan kesimpulan, saran dan rekomendasi serta keterbatasan dalam penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang menggunakan media drama Korea sebagai media untuk mengetahui adanya pengaruh intensitas menonton terhadap perubahan perilaku objek penelitian sudah pernah dilakukan sebelumnya, penelitian terdahulu telah membantu proses penelitian ini beberapa diantaranya adalah:

1. Hasil penelitian dengan judul “Hubungan Intensitas Menonton Film Dengan Kesadaran Akan Nilai-Nilai Ibadah dalam Film Pendek Cinta Subuh di Youtube” oleh Putri Dewi Pangestingtiyas mahasiswa asal Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Tahun 2019. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan intensitas menonton sebagai variabel X sedangkan perbedaannya penelitian ini menggunakan film Cinta Subuh sebagai media penelitian serta menggunakan anggota Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Syahid UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebagai objek penelitian. Sedangkan peneliti menggunakan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam sebagai

responden dan drama Korea sebagai media penelitian.

2. Hasil penelitian yang berjudul “Dampak Ketergantungan Menonton Drama Korea Terhadap Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Syiah Kuala” dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP, Unsyiah Vol. 2 No. 2 Januari 2017, 1-13 oleh Herpina dan Amsal amri mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syiah Kuala Banda Aceh, Tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak ketergantungan drama Korea terhadap gaya bicara dan berpakaian mahasiswa. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan drama Korea sebagai media penelitian, sedangkan perbedaannya penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.
3. Skripsi “Pengaruh Tayangan Korean Wave Di Internet Terhadap Perilaku Komunitas Korean Beloved Addict (KBA)” oleh Isni Rahmawati mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Program Studi Komunikasi

Penyiaran Islam Tahun 2014. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh mengakses situs Kshowonline.com terhadap perubahan perilaku imitasi komunitas Korean Beloved Addict (KBA). Persamaan penelitian ini adalah menggunakan tayangan korea sebagai media penelitian, sedangkan perbedaannya penelitian ini menggunakan situs Kshowonline.com sebagai objek penelitian dan peneliti menggunakan drama Korea sebagai objek penelitian.

4. Skripsi “Hubungan Frekuensi Menonton Drama Korea Dengan Perilaku Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan komunikasi UIN Alauddin Makassar” oleh Hijrana mahasiswa asal Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Tahun 2017. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh media terhadap aspek kognitif, afektif dan konatif mahasiswa dengan menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan penyajian data deskriptif. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan drama Korea sebagai media untuk mengetahui pengaruhnya terhadap perubahan perilaku. Perbedaannya adalah

penelitian ini menggunakan perilaku kognitif, afektif dan konatif sebagai variabel terikat, sedangkan peneliti menggunakan kualitas *ubudiyah* sebagai variabel terikatnya.

5. Skripsi “Efek Suka Menonton Tayangan Drama Korea Terhadap Aktivitas Salat Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin” oleh Jumiati mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Tahun 2015. Kajian dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh suka menonton drama Korea terhadap aktivitas shalat mahasiswa dengan metode penelitian kuantitatif. Kesamaan penelitian ini ialah menggunakan drama Korea sebagai media penelitian untuk mengetahui perubahan perilaku. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, objek penelitian yang digunakan merupakan mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Nama & Judul	Perbedaan	Persamaan
<p>Nama: Putri Dewi Pangestiningtyas, KPI UIN Syarif Hidayatullah, 2019.</p> <p>Judul: <i>Hubungan Intensitas Menonton Film Dengan Kesadaran Akan Nilai- Nilai Ibadah dalam Film Pendek Cinta Subuh di Youtube</i></p>	<p>menggunakan anggota Anggota Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Syahid UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebagai objek penelitian dan menggunakan film Cinta Subuh sebagai media penelitian</p>	<p>menggunakan intensitas menonton sebagai variabel X</p>
<p>Nama: Herpina dan Amsal amri, Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syiah Kuala Banda Aceh, 2015.</p> <p>Judul: <i>Dampak Ketergantungan Menonton Drama Korea Terhadap Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Syiah Kuala</i></p>	<p>menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan meneliti perilaku media sosial</p>	<p>menggunakan drama Korea sebagai media penelitian</p>
<p>Nama: Isni Rahmawati, KPI UIN Syarif</p>	<p>menggunakan situs Kshowonline.com sebagai objek penelitian dan</p>	<p>menggunakan tayangan korea berupa darama</p>

<p>Hidayatullah Jakarta,2014</p> <p>Judul: <i>Pengaruh Tayangan Korean Wave Di Internet Terhadap Perilaku Komunitas Korean Beloved Addict (KBA)</i></p>	<p>metode penelitian kualitatif.</p>	<p>Korea sebagai media penelitian</p>
<p>Nama: Hijrana, KPI UIN Alauddin Makassar, 2017.</p> <p>Judul: <i>Hubungan Frekuensi Menonton Drama Korea Dengan Perilaku Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan komunikasi UIN Alauddin Makassar</i></p>	<p>Jenis perilaku yang digunakan dalam penelitian ini berupa perilaku kognitif, afektif dan konatif</p>	<p>menggunakan drama Korea sebagai media untuk mengetahui pengaruhnya terhadap perubahan perilaku.</p>
<p>Nama: Jumiati, KPI IAIN Antasari Banjarmasin, 2015</p> <p>Judul: <i>Efek Suka Menonton Tayangan Drama Korea Terhadap Aktivitas Salat Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin</i></p>	<p>objek penelitian yang digunakan mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.</p>	<p>menggunakan drama Korea sebagai media penelitian.</p>

B. Kerangka Teori

1. Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa termasuk tipe komunikasi antar sesama manusia (*human communication*). Tipe komunikasi ini muncul bersamaan dengan penggunaan alat-alat mekanik yang mampu mengindahkan pesan-pesan komunikasi dalam kehidupan manusia. Tahun 1940-an merupakan kelahiran komunikasi massa sebagai ilmu pengetahuan di Amerika Serikat. Pada saat itu para ilmuwan sosial mulai mengawali perkembangan ilmu komunikasi massa dengan pendekatan-pendekatan ilmiah seputar gejala komunikasi. Sedangkan tahun 1950-an di perguruan tinggi Indonesia baru dipelajari gejala komunikasi yang menggunakan media massa sebagai alat. (kurang sejarah komunikasi massa). Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yakni *mass communication* yang merupakan kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Sebutan ini memiliki arti komunikasi yang menggunakan media massa sebagai alat atau komunikasi yang *mass mediated*. Karena

istilah *mass communication* atau *communications* dimaknai sebagai saluran.³⁴

Josep A Devito mendefinisikan komunikasi massa dengan definisi:

*“...Mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not mean that audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television, rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its form: television, radio, newspaper, magazine, films, books and tapes.”*³⁵

Definisi diatas, dapat dimaknai bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi yang ditujukan kepada khalayak dengan jumlah banyak dan tersebar. Akan tetapi, terkait dengan jumlah massa tidak diatur seberapa banyaknya. Serta

³⁴ Wiryanto. *Pengantar ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), 67-69.

³⁵ Onong Uchajana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), 6.

dalam distribusinya komunikasi massa disampaikan dengan media massa dan menggunakan teknologi modern.

Menurut Gerbner komunikasi massa adalah produksi dan distribusi berlandaskan teknologi oleh suatu lembaga yang memiliki arus pesan kontinyu serta paling luas dimiliki oleh masyarakat industri. Dari definisi tersebut, tergambar bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu produk yakni pesan-pesan komunikasi. Kemudian, produk-produk tersebut disebar dan didistribusikan kepada khalayak luas secara terus-menerus dalam jarak waktu yang tetap, misal harian, mingguan, dwimingguan hingga bulanan. Proses memproduksi pesan yang ditujukan kepada masyarakat luas tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus dilakukan lembaga. Serta, membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.³⁶

a. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

³⁶ Elvinaro Ardianto, dkk. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009), 3.

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi pada umumnya, hal ini dikarenakan komunikasi massa memiliki ciri-ciri tersendiri disebabkan oleh sifat-sifat komponen didalamnya,³⁷ yakni sebagai berikut:

- 1) Komunikasi massa berlangsung satu arah
Komunikator haruslah membuat perencanaan dan persiapan sebelum proses penyampaian komunikasi sehingga pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat tersampaikan secara jelas, yang berarti pesan dapat diterima secara inderawi (*received*) dan rohani (*accepted*) pada sekali penyampaian. Hal ini menjadikan pesan dalam komunikasi massa harus secara jelas dapat dilihat dan didengar -jika saluran media menggunakan audio visual-, sehingga komunikan dapat memahami makna pesan dan tidak bertentangan dengan kebudayaan komunikan yang menjadi target komunikasi.
- 2) Komunikator pada komunikasi massa
Dalam komunikasi massa, media massa merupakan saluran komunikasi yakni suatu institusi atau organisasi. Hal ini menjadikan komunikator bersifat melembaga atau sering dikenal dengan istilah *institutionalized communicator* atau *organized communicator*. Komunikator pada komunikasi massa, misal *news anchor* dalam

³⁷ Onong Uchajana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 22.

menyampaikan konten berita haruslah bertindak atas nama lembaga dan sesuai dengan kebijakan (*policy*) stasiun televisi yang diwakilinya.

- 3) Pesan pada komunikasi massa bersifat umum
Setiap pesan yang disampaikan menggunakan media massa pastilah bersifat umum karena pesan ditujukan kepada umum dan berisikan kepentingan umum (*public*). Dari penjelasan tersebut bahwa surat kabar seperti Jawa Pos, radio seperti Suara Surabaya dan televisi seperti Net TV merupakan media massa karena ditujukan kepada khalayak luas dan pesan-pesan yang disampaikan mengenai kepentingan umum.
- 4) Media komunikasi massa memunculkan keserempakan
Media massa memiliki kemampuan untuk memunculkan keserempakan (*simultaneity*) pada *audience* ketika menerima pesan yang disampaikan sebelumnya. Film memiliki ciri keserempakan lebih jelas dibandingkan media massa lain, hal ini tampak pada saat film dibuat dalam ratusan copy, diputar didalam bioskop dan secara serempak ditonton oleh jutaan penonton.
- 5) Komunikan bersifat heterogen
Komunikan dalam komunikasi massa adalah sekumpulan individu masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang menjadi tujuan komunikator bersifat heterogen. Dimana individu-individu tersebut hidup secara terpisah, tidak mengenal antara individu dengan individu yang lain dan tidak saling

memiliki kontak pribadi. Masing-masing dari mereka memiliki perbedaan dalam berbagai hal, seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pandangan hidup, selera dan lain sebagainya.

a. Unsur-Unsur Komunikasi Massa

Unsur-unsur komunikasi massa menurut Hiebert, Ungurait dan Bohn atau yang sering disebut HUB (1975), meliputi³⁸:

1) *Communicator* (Komunikator)

Proses didalam komunikasi massa diawali oleh Komunikator. Komunikator dalam komunikasi massa tidak hanya terdiri dari individu, melainkan suatu instansi yang merupakan gabungan dari beberapa pihak (*intitusalized*). Pada media cetak yang memiliki peran sebagai komunikator adalah reporter, redaktur, pengisi rubrik dan lain sebagainya. Sedangkan dalam media elektronik komunikatornya adalah pengisi program, rumah produksi (*production house*), produser, actor, presenter, perusahaan iklan dan lain-lain.

2) *Codes and Content*

Codes adalah simbol yang digunakan dalam penyampaian suatu pesan komunikasi. Sedangkan *Content* atau isi media mengacu kepada arti dari sebuah pesan, baik berupa informasi dalam berita maupun sebuah lelucon yang disampaikan oleh seorang komedian. *Codes* adalah simbol yang digunakan untuk membawa pesan-pesan

³⁸ Elvinaro Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, 26

tersebut. Dalam komunikasi massa terdapat interaksi antara *codes* dan *content*, sehingga dapat menyebabkan *content* yang sama dengan *codes* berbeda dan berasal dari jenis media yang berbeda mampu merubah persepsi khalayak atas suatu pesan.

Pada media cetak bentuk *codes* adalah tulisan atau huruf yang tersusun dalam bentuk kalimat (paragraf, bagan). Tulisan tersebut ditampilkan dalam rubric-rubrik tertentu sesuai dengan nilai kepentingannya. Sementara dalam media televisi *codes* berbentuk komposisi warna, gambar bergerak, pencahayaan dan tata suara.

3) *Gatekeeper*

Gatekeeper yang dimaksud dalam komunikasi massa adalah gawang dari sebuah media massa, agar media massa tidak mengalami “kebobolan”. Dalam media massa *gatekeeper* berperan sebagai penyeleksi informasi yang menentukan nilai sebuah informasi. *Gatekeeper* berfungsi sebagai evaluator isi sebuah media, sehingga pesan media yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan khalayak. *Gatekeeper* memiliki wewenang untuk tidak memuat berita tertentu yang mampu meresahkan khalayak. Setiap media massa memiliki *gatekeeper* tapi jabatan *gatekeeper* tidak akan pernah ada dalam struktur organisasi media tersebut, sebab *gatekeeper* merupakan pelaksana fungsi.

4) Regulator

Regulasi dalam komunikasi massa merupakan suatu proses yang rumit dan

melibatkan banyak pihak. Regulator memiliki peran serupa dengan *gatekeeper*, akan tetapi regulator bekerja diluar institusi media yang menghasilkan berita. Regulator mampu menghentikan beita yang akan tayang dan menghapus suatu informasi, namun ia tidak dapat menambah atau memulai informasi. Sehingga, regulator lebih berperan sebagai sensor dalam sebuah media massa.

5) Media

Komunikasi massa membutuhkan sebuah wadah untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, yaitu media massa (*mass media*). Media yang digunakan sebagai perantara untuk proses penyampaian pesan terdiri dari:

- a) Media cetak, yakni surat kabar, majalah, tabloid, bulletin dan lain sebagainya.
- b) Media elektronik, yakni radio, televise dan media online (internet).

6) *Audience* (Audiens)

Audience merupakan pusat penerimaan dari penyampaiaan pesan dalam komunikasi massa, yang secara konstan dibombardir oleh media. Media mendistribusikan informasi yang merasuk pada setiap pikiran individu. Sehingga, menyebabkan *audience* hamper tidak dapat menghindari pengaruh informasi media massa dan menjadikan beberapa individu menjadi anggota *audiences* yang besar dengan menerima ribuan pesan dari media massa.

7) Filter

Media massa memiliki *audience* dalam jumlahnya banyak, tersebar dan bersifat

heterogen yang menjadikan masing-masing individu memiliki perspektif pemikiran berbeda, menjadikan pemaknaan terhadap pesan yang disampaikan berbeda, sehingga *audience* akan merespon pesan secara berbeda pula. Maka dari itu dibutuhkan filter yang merupakan proses penyaringan informasi pada media massa, karena filter menjadi peranan penting dalam menyamakan persepsi khalayak.

8) *Feedback* (Umpan Balik)

Komunikasi merupakan proses dua arah antara komunikator dan komunikan pesan. Proses tersebut belum sempurna jika *audiens* tidak mengirimkan tanggapan terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Tanggapan dalam proses ini disebut *feedback*. *Feedback* dalam komunikasi massa bisa tersampaikan kepada komunikator dengan memberikan reaksi terhadap pesan yang diterima melalui surat pembaca, berhenti berlangganan suatu channel, menghubungi redaktur, mematikan televisi dan lain sebagainya.

b. Fungsi Komunikasi Massa

Sebagai penyampai pesan dengan sifat sasaran yang heterogen, menurut Dominick komunikasi massa memiliki fungsi yang terdiri dari:

1) *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam dua bentuk utama, yaitu:

- a) Fungsi pengawasan bersifat peringatan (*warning*) terjadi ketika media massa memberi informasi tentang suatu

ancaman, misal tsunami, banjir atau serangan militer.

- b) Fungsi pengawasan bersifat instrumental merupakan penyampaian informasi yang memiliki manfaat dan mampu membantu khalayak dalam keseharian.

2) *Interpretation* (Penafsiran)

Media massa bukan hanya sebagai penyuplai fakta dan data, akan tetapi juga memberikan penafsiran terhadap peristiwa-peristiwa penting. Penafsiran media dapat dilihat dalam halaman editorial surat kabar. Penafsiran oleh redaksi tersebut berbentuk komentar dan opini yang dilengkapi perspektif tertentu terhadap berita yang disajikan dalam surat kabar tersebut. Halaman ini ditujukan kepada pembaca dengan tujuan untuk mengajak pembaca memperluas pengetahuan dan membahas berita yang disampaikan lebih lanjut dalam komunikasi antarpersonal ataupun komunikasi kelompok.

3) *Linkage* (Pertalian)

Media massa mampu menyatukan individu-individu masyarakat yang terpisah secara geografis sehingga membentuk sebuah ikatan yang terdiri atas kepentingan dan minat yang sama akan suatu hal. Ikatan-ikatan yang memiliki kesamaan dihubungkan oleh media massa yang sama.

4) *Transmission of Value* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Penyebaran nilai-nilai biasa juga disebut sosialisasi. Dalam sosialisasi penyebaran nilai-nilai pesan memiliki nilai yang tidak

kentara, dimana sosialisasi mengacu pada cara individu mengadopsi perilaku dan nilai suatu kelompok. Media massa merupakan gambaran yang diwakili oleh suatu masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan cara mereka bertindak dan bentuk harapan yang mereka inginkan. Dengan kata lain, media mewakili masyarakat dengan peran-peran yang mereka sajikan, dengan harapan masyarakat mengamati dan meniru model peran tersebut.

5) *Entertainment* (Hiburan)

Pada realitas saat ini hampir seluruh media massa memiliki fungsi sebagai hiburan bagi khalayak. Media massa yang bersifat audiovisual seperti televisi mengutamakan unsur hiburan dalam setiap tayangannya. Ketika menonton program acara yang ditayangkan dalam sebuah stasiun televisi, khalayak mendapatkan hiburan yang diinginkannya. Fungsi menghibur dalam media massa memiliki tujuan untuk mengurangi ketegangan pikiran penonton, karena melihat tayangan hiburan di televisi mampu meringankan ketegangan pikiran dan membuat pikiran penonton segar kembali.

c. Efek Komunikasi Massa

Efek merupakan salah satu unsur dalam komunikasi massa yang sangat penting, unsur ini dibutuhkan untuk mengetahui efektivitas proses komunikasi yang telah dilakukan. Efek yaitu perubahan-perubahan yang terjadi di dalam diri audiens yang disebabkan oleh terpaan pesan

media.³⁹ Terkadang tanpa sadar kita meniru apa yang kita lihat di televisi maupun internet. Perubahan pemikiran atau perilaku yang muncul setelah mengonsumsi media massa inilah yang disebut dengan efek komunikasi massa.

David Berlo merumuskan efek komunikasi massa kedalam tiga kategori yakni perubahan dalam pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku keseharian (*behavior*). Dalam prosesnya tiga aspek perubahan tersebut tidak selalu berefek secara berurutan pada *audience*. Perubahan dalam aspek perilaku biasanya diawali dengan perubahan pada sikap dan perubahan sikap biasanya diawali dengan perubahan pengetahuan. Sebuah efek media massa dapat diketahui melalui respon khalayak yang digunakan sebagai *feedback*. *Feedback* ialah sarana yang dipakai untuk mengetahui efek pada *audience*.⁴⁰

Efek perubahan dalam pengetahuan (*knowledge*) terjadi jika terdapat perbedaan pada apa yang diketahui atau difahami khalayak sebelum dan sesudah mengonsumsi pesan media. Efek ini timbul akibat transfer pengetahuan ataupun informasi dari media massa kepada *audience*. Sama halnya dengan efek sikap (*attitude*) yang muncul jika timbul perbedaan pada apa yang dirasakan, disenangi dan dibenci khalayak sebelum dan setelah menerima pesan. Efek ini memiliki keterkaitan terhadap perubahan emosi, sikap, atau nilai. Sedangkan

³⁹ Wiryanto. *Pengantar ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), 70.

⁴⁰ Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Grasindo, 2000), 9.

untuk efek perilaku keseharian (*behavior*) mengacu pada perilaku keseharian yang dapat diamati, seperti pola-pola tindakan dan kebiasaan berperilaku yang berubah setelah menerima pesan dari suatu media.⁴¹

Sedangkan Steven M. Chaffee berpendapat efek media massa mampu dilihat melalui tiga pendekatan. Pendekatan pertama ketika ialah efek dari media massa yang berhubungan dengan pesan maupun media tersebut. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak penerima pesan media massa berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau sering disebut dengan istilah aspek kognitif, afektif dan konatif. Sedangkan pendekatan ketiga merujuk pada observasi terhadap khalayak secara khusus, seperti individu, kelompok, organisasi, masyarakat ataupun bangsa yang telah terkena efek media massa.⁴² Berdasarkan beberapa paparan diatas dapat dipastikan bahwa media massa mempunyai efek terhadap perilaku dalam keseharian khalayak.

d. Drama Sebagai Media Massa

Drama sebagai media komunikasi massa memiliki peran yang sangat penting dalam penerimaan pesan terhadap khalayak. Sejatinya, drama adalah realitas dari kehidupan bermasyarakat yang dikonstruksi ulang sesuai dengan konsep creator dan ditampilkan kembali

⁴¹ Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012), 219.

⁴² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 218.

kepada khalayak seakan-akan itulah realitas sebenarnya.⁴³ Sebagai media komunikasi massa, drama memiliki ciri-ciri sebagai berikut:⁴⁴

1) Pesan dalam drama berlangsung satu arah

Dalam suatu drama tidak terdapat *feedback* antara komunikan dan komunikator secara langsung. Produser drama sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan khalayak terhadap isi pesan pada film yang dibuat. Produser tidak mengetahui secara langsung respon khalayak terhadap drama yang dioroduksi. Produser mengetahui respon khalayak terhadap drama melalui rating yang muncul setelah drama ditayangkan di media.

2) Komunikator dalam drama melembaga

Produksi sebuah drama melibatkan beberapa pihak yang berkoordinasi dan memiliki peran tertentu, seperti aktor, penulis, produser, sutradara, pengarah audio dan lain sebagainya.

3) Pesan drama dalam bersifat umum

Pesan dalam drama bersifat umum, sebab pesan ditujukan bagi khalayak besar.

4) Menimbulkan keserempakan

⁴³ Apriadi Tamburaka. *Literasi Media: Cerdas Bemedia Khalayak Media Massa*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 117.

⁴⁴ Nando, Nurmala K. "Pandjaitan, Hubungan antara Perilaku Menonton Film Kekerasan dengan Perilaku Agresif Remaja", *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 1, No.6 , diakses pada Desember 2020 dari www.journal.ipb.ac.id

Ciri ini terlihat ketika drama diproduksi untuk disaksikan khalayak secara serempak, meskipun menggunakan media berbeda.

5) Komunikasikan bersifat heterogen

Audiens drama yakni kumpulan individu masyarakat yang keberadaannya terpecah, berbeda suku, bangsa dan bahasa. *Audiens* dengan sifat heterogen ini menjadikan drama memiliki subtitle dan terkadang di terjemahkan kedalam berbagai bahasa.

1. Intesitas Menonton

Menurut kamus besar bahasa Indonesia menonton adalah melihat (pertunjukan, gambar hidup, dsb).⁴⁵ Sudarwan Darwin menyatakan bahwa menonton adalah aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu.⁴⁶ Sedangkan Intensitas berarti keadaan dari tingkatan, ukuran dan kedalaman.⁴⁷

Ajzen menyatakan intensitas sebagai suatu usaha ketika individu melangsungkan tindakan tertentu. Seseorang yang melakukan usaha (daya) tertentu mempunyai jumlah yang sama pada pola tindakan dan perilaku, pola tersebut ialah sebuah usaha (daya) tertentu dari individu yang dilakukan untuk mendapatkan rasa puas dari kebutuhannya terhadap aktivitas yang telah dilakukan. Suatu tindakan yang dilangsungkan dalam aktivitas pada kurun waktu tertentu mempunyai jumlah

⁴⁵ Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 200.

⁴⁶ Sudarwan Danim. *Media Komunikasi Pendidikan* (Jakarta, Bumi Aksara, 1995), 20.

⁴⁷ Republik Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan tahun 1998, 35.

volume tindakan atau dapat dinyatakan memiliki intensitas. Sedangkan Azwar mendefinisikan bahwa intensitas ialah kekuatan atau kedalam sikap terhadap sesuatu.⁴⁸

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa intensitas menonton adalah aktivitas melihat pertunjukan atau gambar hidup dengan tingkatan dan ukuran tertentu. Intensitas menonton merupakan tingkatan atau ukuran seringnya dalam melihat suatu pertunjukan. Intensitas dalam menonton suatu tayangan dapat mempengaruhi perilaku dan tindakan penonton.

Ajzen menjelaskan intensitas menonton menjadi beberapa aspek bagian, yakni.⁴⁹

a. Atensi atau perhatian

Perhatian adalah ketertarikan atau minat terhadap suatu objek yang dijadikan sebagai target perilaku. Keadaan ini dapat dijelaskan dengan terdapatnya stimulus yang berasal dari aktivitas menonton, maka stimulus tadi mendapatkan respon oleh individu. Respon ini berbentuk perhatian (atensi) individu terhadap objek yang ditonton. Bentuk perhatian ketika menonton suatu tayangan adalah tersitanya perhatian ataupun waktu serta tenaga individu untuk menonton berbagai macam tayangan.

b. Durasi

⁴⁸ Awaliya Frisnawati, "Hubungan antara Intensitas Menonton *Reality Show* dengan Kecenderungan Perilaku Prososial pada Remaja", No.1.

⁴⁹ Febrina Eka Setyawati. "Pengaruh Menonton Tayangan Acara Hafiz Indonesia di RCTI Terhadap Minat Menghafal Al-Qur'an Siswa-Siswi Sekolah Dasar Islam Kota Blitar", *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016, 19.

Durasi adalah waktu yang digunakan individu dalam melangsungkan perilaku atau aktivitas tertentu. Durasi ketika menonton suatu tayangan memerlukan waktu atau durasi tertentu. Semakin banyak dan sering melakukan aktivitas menonton, semakin banyak pula waktu yang tersita oleh aktivitas menonton tersebut. Dari aspek ini akan didapati bahwa motivasi menonton suatu tayangan muncul dari kemampuan seseorang dalam memanfaatkan waktunya untuk melakukan aktivitas menonton.

c. Frekuensi

Frekuensi adalah tingkat keseringan atau terulangnya suatu perilaku dalam kurun waktu tertentu. Menonton sebuah tayangan dapat dilakukan pada frekuensi tertentu yang biasanya disesuaikan dengan keinginan individu dalam memperoleh suatu informasi, umumnya setiap hari, seminggu dua kali atau satu minggu sekali sesuai keinginan individu tersebut. Misalnya, seberapa sering seseorang dalam menonton drama Korea dalam kurun waktu tertentu.

Variabel intensitas menonton pada penelitian ini mengacu pada teori kultivasi yang biasa digunakan untuk menjelaskan dampak frekuensi menonton media bagi khalayak.⁵⁰ Gerbner perumus teori ini melakukan riset pertama kali pada tahun 1960 bersama koleganya di *Annenberg School for Communication* dengan tujuan untuk mengetahui dunia nyata seperti apa yang dibayangkan dan dipersepsikan oleh masyarakat melalui media berupa televisi.⁵¹ Hingga dari riset tersebut

⁵⁰ Khomsahrial Romli. *Komunikasi Massa*. (Jakarta: PT. Grasindo, 2016), 40.

⁵¹ Khomsahrial Romli. *Komunikasi Massa*, 41.

muncul kesimpulan bahwa teori kultivasi merupakan teori yang memfokuskan pada proses penanaman nilai. Teori ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh *audience* terpengaruh dengan pesan yang disampaikan oleh pembicara melalui media dengan sifat komunikasi segala arah seperti drama, film, buku, dan lain sebagainya. Salah satu ciri dari teori ini adalah semakin banyak komunikator memberikan pesan, maka semakin tinggi potensi audiens terpengaruh dengan pesan yang disampaikan.

Dalam teori kultivasi Garbner membedakan penonton televisi menjadi dua kelompok berdasarkan durasi ketika mereka menonton televisi, yaitu *light viewer* dan *heavy viewer*. *Light viewer* atau penonton ringan adalah pemirsa yang menonton televisi sekitar dua jam setiap harinya. Sedangkan *heavy viewer* atau penonton berat yaitu pemirsa yang menonton televisi lebih dari empat jam tiap harinya. Teori kultivasi beranggapan bahwa penggemar berat televisi membangun suatu citra realitas dalam dirinya yang tidak konsisten dengan aktualitas. Namun, hal ini tidak bisa disamaratakan terhadap semua penggemar televisi. Karena perubahan perilaku seseorang tidak hanya bergantung kepada intensitas seseorang dalam menonton televisi melainkan juga bergantung pada usia, pendidikan dan gender penonton. Jadi, meskipun televisi bukanlah media satu-satunya yang membentuk pandangan seseorang terhadap dunia, televisi merupakan salah satu media yang paling ampuh dalam

mempengaruhi perilaku, terutama ketika terjadi kontak dengan televisi sangat sering dan berlangsung lama⁵²

Lebih lanjut intensitas menonton yang menjadi variabel dalam penelitian ini dijelaskan dalam konsep terpaan media yang disampaikan oleh Erdianto dan Erdinaya, menyatakan bahwa konsep terpaan media adalah berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan atau *longevity*. Frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan media, serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media selama satu tahun. Untuk pengukuran variabel durasi penggunaan media, dihitung berapa lama khalayak bergabung dengan satu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program.⁵³

Intensitas seseorang dalam menonton suatu tayangan dapat mempengaruhi perilaku secara langsung maupun tidak langsung. Dalam aktivitas kesehariannya seseorang yang menaruh ketertarikan kepada apa yang ditontonnya mampu mengabaikan aktivitas yang lebih penting dan tidak diminati. Seseorang yang telah terkena terpaan media mampu mendapat efek dari isi pesan atau intensitas menonton media tersebut. Donald K Robert berpendapat bahwa efek dari intensitas dalam mengkonsumsi media terjadi setelah seseorang tersebut diterpa pesan dari media massa. Ketika proses

⁵² Elvinaro Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, 67.

⁵³ Elvinaro Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, 164

komunikasi berlangsung, efek yang menimpa seseorang dapat terjadi secara langsung ataupun tidak langsung.⁵⁴

Efek yang menimpa seseorang ini kadangkala dapat berefek baik ataupun buruk bahkan tidak berefek, hal ini menyesuaikan dengan maklumat atau pengetahuan seseorang yang di miliki, sehingga dengan adanya pengetahuan ini terkadang tidak ada terpaan media yang menerpa individu yang intens mengonsumsi media massa.⁵⁵

2. Kualitas Ubudiyah

a. Pengertian Perilaku

Perilaku merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang berasal dari manusia. Kegiatan ini memiliki bentangan yang amat luas, seperti: berjalan, menonton, berbicara, belajar, membaca, menangis, melihat, mengamati, mendengarkan, meneliti, berpikir dan lain sebagainya. Berdasarkan paparan tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa perilaku manusia ialah seluruh kegiatan atau aktivitas manusia yang dapat diamati secara langsung ataupun tidak langsung.⁵⁶ Menurut skinner perilaku adalah respon atau reaksi seseorang yang mampu diamati secara langsung ataupun tidak langsung yang disebabkan oleh stimulus maupun pengaruh dari luar. Perilaku terdapat pada diri individu dan tidak muncul dengan sendirinya, tetapi

⁵⁴ Elvinaro Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, 49-50.

⁵⁵ Elvinaro Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, 55.

⁵⁶ Soekidjo Notoatmojo. *Ilmu Perilaku Kesehatan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 21.

dikarenakan rangsangan dari luar yang mengenai individu tersebut.⁵⁷

Sedangkan dalam ilmu psikologi berpendapat perilaku manusia (*human behavior*) merupakan suatu reaksi yang bersifat sederhana ataupun kompleks. Perilaku manusia adalah suatu hal yang unik, karena tidak dapat disamakan perilaku manusia satu dengan manusia lain. Perbedaan ini mencakup minat, sikap, kepribadian dan lain sebagainya. Hal ini dikarenakan manusia berperilaku atau melakukan suatu aktivitas didasari oleh tujuan tertentu dan berbeda pada setiap manusia. Kebutuhan pada diri manusia merupakan suatu motivasi bagi manusia untuk melakukan aktivitas, aktivitas ini selesai setelah tercapainya tujuan dan terpenuhinya kebutuhan manusia tersebut. Siklus melingkar ini terus menerus terjadi untuk memenuhi kebutuhan manusia yang lain dalam sebuah proses terjadinya perilaku manusia.⁵⁸

Bandura berpendapat bahwa formulasi suatu perilaku dapat memberikan informasi peran perilaku terhadap lingkungan hidupnya. Formulasi Bandura dalam merumuskan peran perilaku adalah BEP, B = *behavior*, E = *Environment*, P = *Person*. Dapat disimpulkan dari rumus ini bahwa individu, perilaku dan lingkungan saling berinteraksi antara satu dengan

⁵⁷ Soekidjo Notoatmojo. *Ilmu Perilaku Kesehatan*, 21.

⁵⁸ Fera Amalia Rabbani. "Pengaruh Pemakaian Jilbab Terhadap Perilaku Moral Mahasiswi", *Skripsi*, Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan Bandung, 25-26.

yang lain. Sehingga, perilaku individu dapat memberikan pengaruh terhadap individu itu sendiri dan perilaku individu juga berpengaruh terhadap lingkungan individu tersebut. Hal yang sama juga berlaku pada lingkungan yang dapat mempengaruhi individu.⁵⁹

Terdapat beberapa pendekatan yang dapat digunakan dalam memahami perilaku manusia, yakni:⁶⁰

1) Pendekatan psikoanalisis

Sigmund Freud merupakan orang yang pertama kali merumuskan teori ini. Ia berpendapat bahwa perilaku manusia ialah hasil interaksi dari tiga subsistem pada kepribadian manusia. Ketiga subsistem ini yaitu *Id*, *Ego* dan *Superego*. Subsistem pertama, yaitu *Id* ialah dorongan biologis yang terdapat dalam diri seseorang atau sering disebut dengan istilah pusat insting. Terdapat dua jenis insting, yakni libido (insting reproduktif) dan *thanatos* (insting destruktif dan agresif). *Id* muncul pada diri seseorang ketika timbul kesenangan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Subsistem kedua, yakni *Ego* adalah mediator untuk menyalurkan *Id* kedalam realitas kehidupan. Sedangkan subsistem ketiga, yakni *Superego* atau yang sering dikenal dengan istilah hati nurani berfungsi sebagai “polisi kepribadian” dalam diri manusia yang berperan untuk

⁵⁹ Fera Amalia Rabbani. “Pengaruh Pemakaian Jilbab Terhadap Perilaku Moral Mahasiswi”, 26.

⁶⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 26.

mengontrol hal-hal yang akan dilakukan oleh *Ego*.

2) Pendekatan behaviorisme

Behaviorisme merupakan penjelasan tentang mekanisme proses dan berlangsungnya sebuah perilaku. Individu dalam kaum empiris seperti Aristoteles dan John Locke adalah yang mengawali perumusan teori ini. Meskipun seiring dengan berkembangnya zaman Watson lebih sering dijadikan tokoh utama dalam aliran behaviorisme. Behaviorisme merupakan alat analisa perilaku yang digunakan untuk menganalisa perilaku yang tampak, dapat diukur dan dapat diprediksi. Aliran behaviorisme berpendapat bahwa semua perilaku manusia didapat dari hasil belajar yang telah dilakukan. Belajar yang dimaksud disini adalah perubahan pada perilaku individu akibat pengaruh lingkungan. Behaviorisme tidak berperan dalam menganalisis baik buruknya, rasional atau tidaknya perilaku manusia. Behaviorisme hanya menganalisis proses perilaku individu yang dikendalikan oleh lingkungan.

3) Pendekatan Humanistik

Teori yang dipakai dalam pendekatan humanistik banyak diambil dari teori psikoanalisis. Teori humanistik lebih condong kepada penjelasan terhadap eksistensi manusia dalam mencari makna kehidupan, cinta, kreativitas dan nilai terhadap sesama manusia. Teori ini juga berperan dalam menganalisa keunikan manusia, urgensi nilai dan makna dalam

kehidupan dan kemampuan individu dalam pengembangan diri.

b. Pengertian Kualitas *Ubudiyah*

Menurut Ibnu Aththa'illah sifat *ubudiyah* (kehambaan) adalah patuh dan taat terhadap semua perintah dan larangan dan melaksanakan perintah dan meninggalkan larangan tanpa membantah dan merasa keberatan.⁶¹ Sehingga dari definisi sifat ubudiyah tersebut, perilaku ubudiyah dapat diartikan sebagai perilaku seorang muslim yang senantiasa patuh dan taat terhadap perintah Allah serta meninggalkan larangan tanpa merasa keberatan. Al-Fairuzabadi, di dalam Qamus al-Muhit mengatakan, kata 'abd, 'abudah dan 'ubudiyah memiliki satu makna, yaitu ketaatan.⁶²

Sebagian ulama tasawuf berpendapat bahwa *ubudiyah* dan *ibadah* sebetulnya satu rumpun, yang artinya adalah perbuatan ibadah seorang hamba kepada Allah, dengan cara melakukan semua perintahnya dan menjauhi larangannya, namun ketika dilakukan oleh kalangan awam disebut dengan 'ibadah, dan ketika dilaksanakan oleh kalangan orang yang khas disebut dengan 'ubudiyah.⁶³ Dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa ubudiyah dapat dikatakan sebagai ibadah yang

⁶¹ Ibnu Atha'illah as-Sakandari. *Kitab Al-Hikam: Jalan kalbu Para Perindu Allah SWT*. Shahih: .81

⁶² Al-Fairuzabadi. *Al Qamus al Muhith*. (Beirut: Muassasah al Risalah, 2005), 296

⁶³ Al-Qusyairi. *Risalah Qushairiyah*. (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2013), 232

merupakan bentuk ketaatan terhadap perintah Allah SWT. Sebagaimana dalam firman Allah:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Tidaklah aku ciptakan jin dan manusia melainkan untuk beribadah kepadaku saja”
(QS. Adz Dzaariyat: 56)

Ibadah dilaksanakan dengan penuh ketaatan dan kekhidmatan kepada Allah SWT, mengharapkan keridhaan dan penjagaan dari Allah serta sebagai bentuk rasa syukur akan segenap kenikmatan dalam hidup yang diterima dari Allah SWT. Ibadah dilaksanakan sesuai dengan pedoman yang telah diberikan Allah SWT, sekalipun dalam perihal tertentu sesuai yang Allah kehendaki untuk dilaksanakan berada diluar jangkauan akal dan nalar.⁶⁴

c. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Perubahan Ubudiyah

Faktor yang menentukan baik dan buruknya perilaku seseorang tidak dibawa ketika dia dilahirkan, akan tetapi perilaku harus dipelajari semasa hidupnya. Robert H. Thouless berpendapat terdapat beberapa faktor yang menyebabkan perilaku *ubuddiyah* mengalami perubahan, antara lain yaitu:⁶⁵

⁶⁴ Syarifuddin Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 17-18.

⁶⁵ Rinaldi Nasution. “Pengaruh Pengalaman Spiritual Ibadah Haji Terhadap Perubahan Perilaku Keagamaan Jamaah Haji di Kelurahan Aek Tampang Kota Padangsidempuan”, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

1) Faktor sosial

Faktor sosial yang dimaksud disini ialah berbagai pengaruh dari luar yakni pengaruh lingkungan sosial. Faktor ini dapat mempengaruhi keyakinan serta *ubudiyah* seseorang. Pengaruh ini biasanya berasal dari apa yang seseorang lihat dan dengar dari lingkungan sekitarnya. Seperti, pendidikan yang diterima, sikap orang-orang disekitarnya, tradisi di lingkungannya, informasi yang diterima hingga tayangan yang dilihat dapat mempengaruhi keyakinan seseorang akan perilaku *ubudiyah*nya. Bukan hanya keyakinan saja yang dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, aspek lain seperti emosional, psikis, pemikiran, sikap seseorang dapat dibentuk oleh lingkungan sosialnya.

2) Proses berpikir

Manusia dengan akalanya mampu membedakan antara yang benar dan salah. Proses berfikir biasanya dipengaruhi oleh informasi yang diterima sebelumnya. Informasi ini berasal dari apa-apa yang bisa dindra oleh manusia. Proses berpikir yang menghasilkan suatu pemikiran, dapat merubah sikap dan perilaku seseorang. Kadangkala beberapa pengaruh dari luar, proses berpikir hanya berhenti sampai pada tahap berpikir saja tapi tidak mampu merubah sikap dan perilaku seseorang. Misal, seorang muslim mengetahui bahwa menyegerakan

shalat merupakan kewajiban dalam Islam, akan tetapi ketika dia terlarut dengan suatu aktivitas tertentu seperti menonton akan muncul sikap menunda dalam shalat.

3) Konflik moral

Konflik moral dalam diri merupakan salah satu faktor yang dianggap mampu untuk merubah sikap atau perilaku *ubudiyah*. Konflik moral disini adalah konflik antara pengaruh yang baik dan buruk dalam diri manusia. Pengaruh ini baik berasal dari kedekatan diri seorang hamba pada tuhan dan pengaruh buruk didapat dari hal-hal yang menjauhkan dirinya dari hubungan dengan tuhan. Faktor moral adalah faktor alami yang didapati dalam setiap diri manusia, dalam artian bahwa kecenderungan terhadap satu sisi dapat membuat sikap keagamaan yang bercorak dualistik. Adanya dunia tuhan yang penuh dengan kebaikan, di sisi lain dunia kejahatan juga dapat dianggap memiliki pengendali yang bersifat personal ataupun tersistem.

d. Bentuk-bentuk Perilaku *Ubudiyah*

Mengingat banyaknya perilaku *ubudiyah* dalam ajaran Islam, maka dalam hal ini diperlukan adanya batas mengenai perilaku-perilaku *ubudiyah* yang akan dipakai dalam penelitian ini. Adapun perilaku *ubudiyah* yang dimaksudkan disini adalah ibadah mahdah, Ali Anwar Yusuf mengartikan ibadah mahdah adalah ibadah yang mengandung hubungan dengan Allah semata (vertikal) atau yang sering disebut dengan *hablumminallah*. Ciri-ciri Ibadah

ini adalah semua ketentuan dari aturan pelaksanaannya telah ditetapkan secara rinci melalui penjelasan-penjelasan dalam al-Qur'an atau Sunnah⁶⁶ yang meliputi:

1) Shalat

Shalat adalah ibadah yang tersusun dari beberapa perkataan dan perbuatan yang sudah ditentukan, dimulai dengan takbirotul ihram dan diakhiri dengan salam, dikerjakan untuk membuktikan pengabdian dan kerendahan diri kepada Allah SWT dan dengan memenuhi syarat rukun.⁶⁷ Shalat yang berkualitas adalah shalat yang dilakukan dengan khusyuk dan ikhlas, secara kualitatif akan berdampak positif kepada pelakunya baik disaat shalat atau sesudahnya. Sehingga shalat yang khusyu' dan ikhlas adalah shalat yang dapat mencapai kualitas sempurna berupa seolah-olah melihat Allah atau merasakan kehadiran dan pengawasannya, meski tidak melihat dengan mata kepala.⁶⁸

Melaksanakan shalat pada waktunya juga merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi kualitas shalat seseorang, Disebutkan dalam Shahih Bukhari dan Muslim, dari Abdullah bin Mas'ud radhiallahu 'anhu, bahwa beliau bertanya kepada Nabi shallallahu 'alaihi wa

⁶⁶ Ali Anwar Yusuf. *Studi Agama Islam*. (Bandung: Pustaka setia, 2003), 146.

⁶⁷ M. Shodiq. *Kamus Istilah Agama*. (Jakarta: Bonafida Cipta Pratama, 1991), 304

⁶⁸ Muhammad Gazali. *Al-Jānib al-‘Āṭifiy min al-Islām, Baḥṡ fī al-Khuluq wa al-Sulūk wa Tahdhīb al-Nafs*. (Damsyiq: Dār Al-Qalam, 2005), 68.

sallam: “Amal apakah yang paling dicintai Allah?” Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam menjawab dengan sabdanya:⁶⁹

الصلاة على وقتها

“Shalat pada waktunya.”

Ibnu Mas’ud bertanya lagi: “Kemudian apa?” Beliau ulangi dua kali, dan Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam menjawab dengan urutan:

“Berbakti kepada orang tua, kemudian berjihad fi sabilillah.”

Yang dimaksud: “Shalat pada waktunya” adalah shalat di awal waktu, sebagaimana keterangan Ibnu Hajar, dimana beliau menukil keterangan Ibnu Battal ketika menjelaskan hadis di atas:

قال ابن بطال: فيه أن البدار إلى الصلاة في أول وقتها

أفضل من التراخي فيه

Ibnu Battal mengatakan, “Dalam hadis ini disimpulkan bahwa menyegerakan shalat di awal waktunya itu lebih afdhal (utama) dari pada menundanya.”⁷⁰

Shalat merupakan sebuah kewajiban yang harus dilakukan bagi seorang muslim

⁶⁹ Lihat riwayatnya dalam Muhammad Fu’ad Abdul Baqi, *Lu’luu wal marjan: Shahih Bukhari-Muslim*, terj. Muhammad Ahsan bin Usman, (Jakarta: Elex Media Komputindo: 2017), 29.

⁷⁰ Ibnu Hajar al-Asqalani. *Fathul Bari*. (Maktabah al Syamilah), juz.2 , 9.

yang telah baligh, shalat juga merupakan tiang dan dasar agama seorang muslim. Tidak sempurna iman seorang muslim jika tidak melaksanakan shalat dan bahkan dapat dipertanyakan keimanan dan syahadat seseorang tersebut. Shalat adalah sarana penyelamat bagi seorang muslim baik ketika di dunia maupun akhirat. Bila shalat dilaksanakan secara kontinyu dan khusus akan dapat mewujudkan *ubudiyah* yang benar-benar karena Allah SWT sehingga melahirkan sikap ikhlas, pasrah dan rendah diri terhadap sang Khaliq.⁷¹

Terlebih lagi shalat adalah sarana terbaik untuk mendidik jiwa, menyucikan akhlak dan mengendalikan hawa nafsu. Shalat merupakan penenang rasa takut, pelipur lara dan obat bagi jiwa-jiwa yang lemah dan lelah. Dengan melaksanakan shalat seorang hamba dapat mencurahkan segala keluh kesah dan permasalahan dunia yang sedang dihadapi serta merupakan sarana meminta pertolongan kepada Allah SWT, seperti yang telah termaktub dalam firman Allah⁷²:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ ۗ
إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

⁷¹ Partono “ Ideologi Pendidikan Pesantren dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Ibadah Sholat Santri Ponpes Khozinatul Ulum Blora eJournal Iknila Vol .1 No 2 jurna STAI Khozinatul Ulum Blora 2018 h 50 <http://ejournal.staikhozin.ac.id/>

⁷² Syaikh Mustafa Mansyur. *Berjumpa Allah Lewat Shalat*. (Jakarta: Gema Insani Press, 1996), 18.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar”⁷³

2) Membaca Al-Qur’an

Al Quran adalah kitab suci agama islam yang merupakan kitab terakhir yang diturunkan oleh Allah SWT melalui perantara Malaikat Jibril dan disampaikan kepada Nabi Muhammad sebagai pedoman dan pegangan umat muslim. Al Quran terdiri atas 114 surah, 30 juz dan 6236 ayat, dari masing-masing ayat dan juz memiliki penjelasan secara mendetail mengenai seluruh isi dunia.⁷⁴ Perintah untuk membaca al-Qur’an dengan tartil diterangkan secara jelas didalam firman Allah:

وَرَتِّلِ الْقُرْآنَ تَرْتِيلاً

“*Bacalah al-Qur’an dengan tartil*”⁷⁵

Perintah untuk membaca al-Qur’an itu bukan sekedar membaca melainkan dengan tartil, sejalan dengan pendapat Ali bin Abi Thalib yakni membaguskan bacaan huruf-huruf al-Qur’an disertai dengan pemahaman tentang waqaf. Al- Qur’an merupakan bacaan yang mulia sehingga Allah sangat peduli dan

⁷³ Al-Qur’an, *Al-Baqarah*: 153

⁷⁴ Muhammad Daud. *Pendidikan Agama Islam*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002), 244.

⁷⁵ Al-Qur’an, *al-Muzammil*: 4

tidak segan-segan memberikan perintah agar dalam membacanya tidak asal membaca, tetapi dengan tartil yang maksimal.⁷⁶

Indikator dalam penelitian ini bukan hanya sekedar perilaku *ubudiyah* semata, melainkan kualitas *ubudiyah* yang terdapat pada diri mahasiswa. Dalam beribadah terdapat beberapa syarat yang harus dimiliki seorang *abduh* agar kualitas ibadah terjaga dan diterima Allah, yakni:

1) Ikhlas, hendaklah ibadah yang dikerjakan bukan karena menghargai pemberian dari Allah, tetapi semata-mata karena perintah dan ridhanya.

2) Meninggalkan *riya'*, beribadah dilakukan bukan untuk pamer kepada manusia atau agar dilihat orang lain.

3) Muraqabah, yakin bahwa Allah selalu melihat apa yang dikerjakan hamba-Nya sehingga seorang hamba harus merasa diawasi oleh Allah

4) Jangan keluar dari waktunya, mengerjakan ibadah dalam waktu tertentu, sedapat mungkin dikerjakan di awal waktu.⁷⁷

Selain itu salah satu unsur yang menentukan kualitas dalam beribadah adalah

⁷⁶ Ahmad Fathoni. *Petunjuk Praktis Tahsin Tartil Al-Qur'an Metode Maisura*. (Jakarta:Institut PTIQ Jakarta & Pesantren Takhasus IIQ Jakarta, 2016), 3.

⁷⁷ Ibnu Mas'ud dan Zaenal Abidin. *Fiqih Madzab Syafi'i*. (Bandung: Pustaka Setia, 2007), 20.

istiqomah dalam melakukan amalan seperti dalam hadits

أَحَبُّ الْأَعْمَالِ إِلَى اللَّهِ تَعَالَى أَدْوَمُهَا وَإِنْ قَلَّ

“Amalan yang paling dicintai oleh Allah Ta’ala adalah amalan yang kontinu walaupun sedikit.” (HR. Muslim no. 783)⁷⁸

An Nawawi rahimahullah mengatakan, ”Ketahuilah bahwa amalan yang sedikit namun rutin dilakukan, itu lebih baik dari amalan yang banyak namun cuma sesekali saja dilakukan. Ingatlah bahwa amalan sedikit yang rutin dilakukan akan melanggengkan amalan ketaatan, dzikir, pendekatan diri pada Allah, niat dan keikhlasan dalam beramal, juga akan membuat amalan tersebut diterima oleh Sang Kholiq *Subhanahu wa Ta’ala*. Amalan sedikit yang rutin dilakukan akan memberikan ganjaran yang besar dan berlipat dibandingkan dengan amalan yang sedikit namun sesekali saja dilakukan.”⁷⁹

3. Tantangan Dakwah di Era Masyarakat Informasi

Perkembangan teknologi merupakan tanda kemunculan masyarakat informasi yang memiliki ketergantungan untuk mengakses informasi setiap saat. Ketergantungan ini berdampak terhadap aspek-aspek kehidupan masyarakat. Aspek sosial budaya ialah salah

⁷⁸ Sayid Ahmad Al-Hasyimi. *Terjemah Mukhtarul Ahadis*. (Jakarta: Pustaka Amani), 12.

⁷⁹ Lihat *Syarh An Nawawi ‘ala Muslim*, 3/133, (*Mawqi’ Al Islam*, Maktabah Syamilah)

satu aspek yang terkena dampak dari aktivitas akses informasi tak terbatas. Media massa adalah tempat untuk mengakses informasi baik dalam skala nasional maupun internasional. Televisi dan internet merupakan media massa yang menjadi konsumsi masyarakat saat ini seringkali mengadopsi tayangan-tayangan dari luar negeri. Tayangan dari luar negeri tentunya membawa budaya dari negara asalnya yang pastilah berbeda dengan budaya nusantara. Budaya tersebut juga tidak sesuai dengan ajaran islam, padahal mayoritas umat beragama di Indonesia adalah umat islam. Sehingga, terjadilah pergeseran budaya dan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan bermasyarakat.⁸⁰

Ketergantungan terhadap media massa akan mengubah masyarakat menjadi hedon dan konsumtif terhadap informasi yang selalu dicerna. Hal ini dijelaskan dalam firman Allah:

زَيْنٌ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ
 الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ
 ذَلِكَ مَتَاعُ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَبَإِ

Artinya: “Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yakni: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)”

⁸⁰ Jumiaty. “Efek Suka Menonton Tayangan Drama Korea Terhadap Aktivitas Salat Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin”, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Antasari Banjarmasin, 2015, 17.

Dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan dalam Al-Imran ayat 14 Allah SWT memberi tahu kepada manusia tentang apa-apa yang disukai dan dicintai manusia di kehidupan dunia berupa bermacam-macam kesenangan dunia dalam bentuk wanita-wanita, anak-anak, harta, binatang ternak dan ladang.⁸¹ Yusuf Mansur berpendapat bahwa di lafadz *zuyyina linnasi*, Allah seakan memberikan informasi bahwa kehidupan manusia dihiasi oleh Allah SWT dengan keinginan terhadap dunia. Kemudian Allah melanjutkan firman-Nya di ayat selanjutnya dengan mengabarkan *bikhairim mindzalikum* yang bermakna bahwa masih ada yang lebih baik dari pada dunia dan seisinya yakni *jannah*. Dalam Al-Imran ayat 14-15 Allah seolah menyatakan bahwa manusia dapat memperoleh dunia tanpa harus meninggalkan akhirat.⁸²

Berdasarkan ayat tersebut dapat dikatakan bahwa manusia memiliki kecenderungan tertarik kepada segala hal dan urusan yang berkaitan dengan urusan dunia. Jika kecenderungan tersebut tidak diimbangi dengan ketakwaan kepada Allah, akan berakibat pada surutnya keimanan. Sehingga, manusia sangat membutuhkan agama sebagai petunjuk kehidupan dan menghadapi segala kenikmatan dunia. Kenikmatan dunia ini juga dapat berupa konflik dalam diri yang muncul akibat pertarungan sifat positif dan negatif dan dorongan hawa

⁸¹ Ibnu Katsier, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsir*, terj. Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, (Surabaya: Bina Ilmu, 2000), 25.

⁸² Yusuf Mansur. *Semua Bisa Jadi Pengusaha*. (Jakarta: Zikrul Hakim, 2012), 104

nafsu serta bisikan setan yang senantiasa menyertai manusi, seperti yang diterangkan dalam firman Allah⁸³:

وَمَا أُبْرِئُ نَفْسِيَّ إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ إِلَّا مَا رَحِمَ رَبِّي
إِنَّ رَبِّيَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Dan aku tidak membebaskan diriku (dari kesalahan), karena sesungguhnya nafsu itu selalu menyuruh kepada kejahatan, kecuali nafsu yang diberi rahmat oleh tuhanku. Sesungguhnya tuhanku Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”⁸⁴

Kondisi pada manusia yang selalu dalam kebimbangan merupakan peluang besar bagi *Da’I* untuk mendakwahkan ajaran islam. Dakwah islam dengan sifatnya yang universal, haruslah disampaikan dengan metode dan materi yang sesuai dengan kondisi *mad’u*, agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif. Seperti dalam firman Allah: ⁸⁵

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan

⁸³ Muhammad Sulthon, *Menjawab Tantangan Zaman: Desain Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 86.

⁸⁴ Al-Qur’an, *Yusuf*: 53

⁸⁵ Munir. *Metode Dakwah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 8.

*berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.*⁸⁶

Berdasarkan ayat tersebut metode dalam berdakwah dapat dirumuskan menjadi 3 macam, yakni:

- a. *Al Hikmah* (kebijaksanaan)
- b. *Mauidzah Hasanah* (nasihat)
- c. *Mujadalah*

C. Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma klasik (*classical paradigm*), yang mencakup paradigma positivis. Paradigma positivis yaitu suatu keyakinan dasar yang berasal dari paham ontology realisme yang menyatakan bahwa realitas ditempatkan sebagai suatu hal yang ada dalam kenyataan yang berjalan sesuai dengan hukum alam.⁸⁷ Menurut paradigma ini, pandangan dunia empiris bersifat objektif dalam memandang pengetahuan tersebut dan mengalami puncaknya pada aliran filsafat yakni positivism. Filsuf

⁸⁶ Al-Qur'an, *An-Nahl*: 125

⁸⁷ Agus Salim. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. (Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya, 2001), 39.

yang memelopori kemunculan aliran filsafat ini adalah August Comte (1798-1857).⁸⁸

Paradigma ini didasarkan pada observasi dan pengujian secara cermat pada realitas objektif yang terdapat dalam kehidupan.⁸⁹ Positivisme berpendapat bahwa ilmu hanya bisa didapatkan melalui peristiwa yang empiris, dapat diamati dan diukur serta mampu diujikan dengan metode ilmiah.⁹⁰ Paradigma positivisme biasa digunakan dalam mengkaji sebuah fakta sosial, karena positivisme memandang realitas seperti sesuatu yang nyata serta dapat diteliti. Positivisme berpendapat bahwa suatu fenomena dapat diklasifikasikan, mampu diamati, diukur dan timbul akibat hubungan sebab akibat. Ketika melakukan penelitian, peneliti dan obyek yang diteliti memiliki sifat independen dan tidak saling berkorelasi. Positivisme beranggapan fenomena sosial dapat dipahami dari perspektif luar sesuai teori yang sudah ada. Positivisme lebih fokus dalam mencari fakta

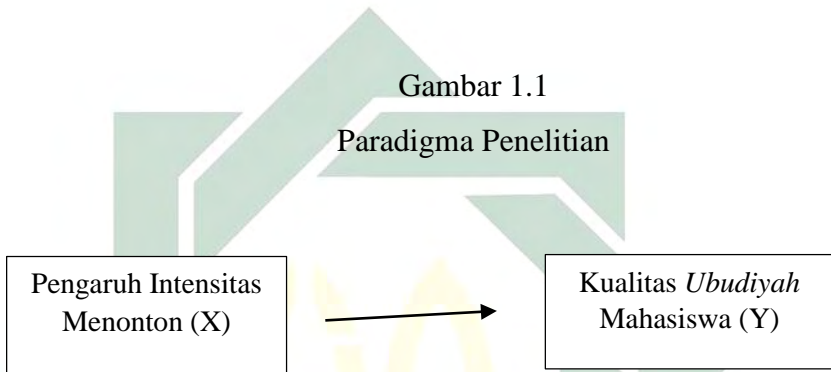
⁸⁸ Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 10.

⁸⁹ John W. Cresswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, terj. Achmad Fawaid, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 9.

⁹⁰ Apriadi Tamburaka. *Agenda Setting Media Massa*. (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), 27.

atau penyebab terjadinya sebuah fenomena dengan tetap menjaga obyektivitasnya.⁹¹

Adapun paradigma yang digunakan peneliti dalam merumuskan masalah sebagai berikut:



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam suatu penelitian, dimana sebelumnya rumusan masalah telah dirumuskan dan dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya. Hipotesis bersifat sementara karena jawaban yang dirumuskan masih berdasarkan teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta empiris di lapangan yang diperoleh

⁹¹ Adinda Putri. "Pengaruh Intensitas Mengakses Youtube *Channel* Gita Savitri Dalam Segmen Beropini Terhadap Perilaku *Modelling Followers* Remaja", *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018, 32-33.

melalui pengumpulan data.⁹² Dikarenakan hipotesis adalah pernyataan yang tidak pasti keabsahannya, sehingga memerlukan proses penelitian terlebih dahulu.

Dalam melaksanakan uji hipotesis, ada sejumlah ketentuan yang harus diperhatikan, yakni hipotesis *nol* H_0 harus disertai dengan hipotesis alternatif H_a .⁹³ Hipotesis alternatif (H_a) menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y. Sedangkan hipotesis nol (H_0) menyatakan ketiadaan hubungan antar variabel satu dengan yang lain atau dapat dikatakan tidak adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.⁹⁴ Hipotesis yang telah peneliti rumuskan adalah sebagai berikut:

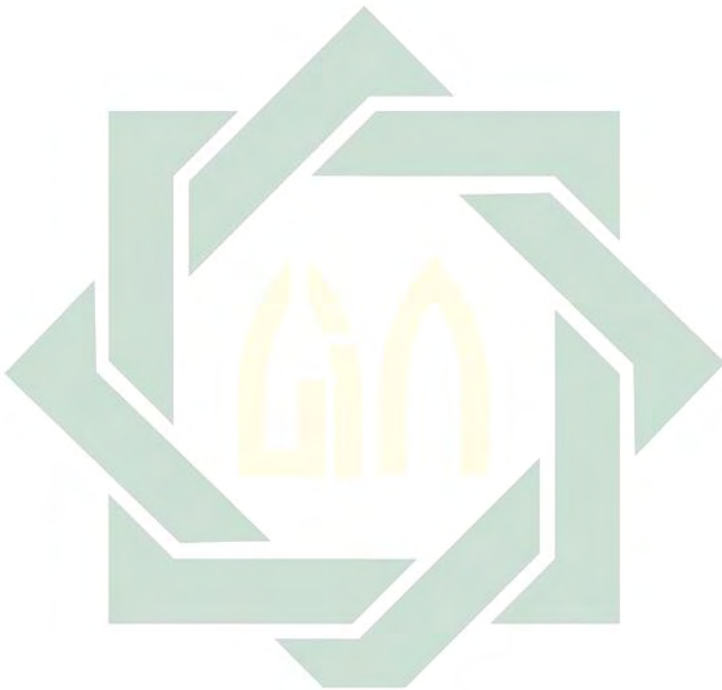
- a. Hipotesis *nol* (H_0) dalam penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh dari intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- b. Hipotesis *alternatif* (H_a) dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari intensitas menonton drama

⁹² Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2014), 64.

⁹³ Santosa Singgih. *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. (Jakarta: PT. Elex Multi Komputindo, 1999), 52.

⁹⁴ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 67

Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif korelasional. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁹⁵ Metode ini dilakukan untuk mengkaji suatu fenomena dan kemudian dibandingkan dengan teori yang sudah ada sebelumnya. Sehingga, peneliti akan menggambarkan fenomena berdasarkan teori yang dimiliki. Teori-teori ini diajukan dengan tujuan akan dijadikan sebagai standar untuk menyatakan sesuai atau tidaknya sebuah fenomena yang terjadi.⁹⁶

Sedangkan studi korelasi merupakan suatu jenis penelitian yang dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antar dua variabel atau lebih, tanpa melakukan suatu perubahan, tambahan atau segala bentuk manipulasi terhadap data yang sudah ada.⁹⁷ Jenis penelitian ini juga biasa disebut dengan penelitian hubungan sebab-akibat (kausal korelasional). Studi

⁹⁵ Sugiyono. *Memahami Penelitian Kuantitatif*, kuantitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2016), 8.

⁹⁶ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 32.

⁹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 4.

korelasi adalah penelitian dengan tingkat pola tertinggi dibandingkan dengan pola studi deskriptif dan komparatif. Karena penelitian dengan studi korelasi dibangun melalui suatu teori, yang memiliki fungsi untuk mengetahui, meramalkan dan mengontrol suatu fenomena.⁹⁸ Sehingga dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui signifikansi hubungan antara intensitas fenomena menonton drama Korea dengan kualitas *ubudiyah* mahasiswa

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian survei, pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya. Survei dipakai untuk menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh variable satu dengan variable yang lain. Hal ini menjadikan pendekatan survei menggunakan sampel dan hipotesis, dalam pengujian hipotesis digunakan statistik inferensial sebagai alat ujinya.⁹⁹ Selain itu pendekatan ini juga dapat dipakai untuk mengembangkan dan menyempurnakan suatu teori.¹⁰⁰

B. Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, JL. Ahmad Yani No. 49, Surabaya, Jawa
Timur yang dilakukan secara daring.

⁹⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. (Bandung: Alfabeta, 2010), 17.

⁹⁹ Imam Gunawan. *Pengantar Statistika Inferensial*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 10.

¹⁰⁰ ¹⁰⁰ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 38.

C. Populasi dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah semua bagian atau anggota dari objek yang akan diamati. Populasi bisa berupa orang, benda, objek, peristiwa, atau apa pun yang menjadi objek dari survei kita.¹⁰¹ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya angkatan 2016 sampai dengan 2019. Diambilnya empat angkatan sebagai populasi dikarenakan mahasiswa angkatan tersebut merupakan mahasiswa aktif yang sudah dilakukan observasi umum diawal pada saat pencarian permasalahan di awal penelitian.

Berdasarkan hasil observasi awal melalui *website* PDDikti (Pangkalan Data Pendidikan Tinggi) didapat data sebanyak 501 populasi mahasiswa, yang terdiri dari mahasiswa maupun mahasiswi dengan status aktif di program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.¹⁰²

2. Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini tidak dapat diobservasi secara menyeluruh, karena terbatasnya biaya, tenaga dan waktu. Sampel adalah sebagian wakil populasi yang dipilih. Pengambilan sampel mampu

¹⁰¹ Eriyanto. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik* (Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta, 2007), 61

¹⁰² Diakses pada September 2020 dari https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_prodi/

mewakili sebuah populasi¹⁰³ Mengenai jumlah sampel menurut Suharsimi Arikunto, apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi jika jumlah subyeknya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.¹⁰⁴

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel probabilitas (*Probability Sampling*) atau *random*. Sampel probabilitas merupakan penarikan sampel yang didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Dengan demikian, dalam penelitian ini tidak terdapat diskriminasi populasi antar satu dengan yang lain. Karena semua memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel, maka sampel harus dipilih secara *random*. Teknik ini juga disebut sebagai *sampling acakan* karena cara kerjanya yang acak. Meskipun acak, karena sifat populasi yang *homogeny*, maka sampel yang dihasilkan dari rancangan ini tetap merupakan sampel yang *representative*.¹⁰⁵

Berdasarkan pendapat diatas karena populasi mahasiswa Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya angkatan 2016-2019 yang besar, yakni 501 mahasiswa. Dalam proses pengambilan data

¹⁰³ Sugiyono, 2016, *Memahami Penelitian Kuantitatif*, kuantitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta),h.85.

¹⁰⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 134

¹⁰⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 106.

nantinya dari responden yang mengaku menonton drama Korea akan dipilih secara acak untuk menjadi responden sebesar 10% dari jumlah populasi yaitu sebanyak 50 mahasiswa.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel

Variabel penelitian ialah semua hal dengan berbagai bentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk diobservasi sehingga didapat informasi yang berkaitan dengan hal tersebut, setelah proses penelitian ditarik kesimpulan dari variabel tadi.¹⁰⁶ Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan digunakan, yaitu:¹⁰⁷

a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel ini seringkali juga disebut sebagai variabel stimulus, variabel bebas adalah variabel pokok yang menjadi penyebab kemunculan dan perubahan suatu obyek atau variabel terikat. Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah intensitas menonton drama Korea (X).

b. Variabel terikat (*dependent variable*).

Variabel terikat acapkali disebut sebagai variabel output, karena variabel terikat merupakan hasil yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian variabel terikat yaitu kualitas *ubudiyah* mahasiswa (Y).

2. Indikator

Indikator dari suatu variabel adalah rujukan empiris dari variabel yang sedang diteliti. Indikator

¹⁰⁶ Sugiyono. *Memahami Penelitian Kuantitatif, kuantitatif dan R&D*, 8.

¹⁰⁷ Sugiyono. *Memahami Penelitian Kuantitatif, kuantitatif dan R&D*, 39.

dalam penelitian nantinya akan diajdiikan sebagai dasar untuk membuat butir-butir pertanyaan dalam sebuah kuisisioner. Indikator merupakan alat ukur sebuah variabel yang memiliki fungsi untuk mendeteksi secara menyeluruh variabel yang diukur.¹⁰⁸ Sedangkan indikator dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Jenis variabel	Indikator	No. Pertanyaan
Intensitas Menonton (X)	Variabel bebas (<i>independent variable</i>)	Durasi menonton drama Korea	3, 4 dan 9
		Frekuensi menonton drama Korea	1, 2, 7, 8, 9 dan 13
		Atensi menonton drama Korea	3, 5, 6, 10, 11 dan 12
Kualitas <i>ubudiyah</i> (Y)	Variabel terikat (<i>dependent variable</i>)	Khusyu' dalam sholat	1
		Sholat tepat waktu	3, 4, 5, 7 dan 11
		Istiqamah dalam shalat wajib dan sunnah	2, 6 dan 9
		Membaca al-Qur'an dengan tartil	9, 10 dan 14

¹⁰⁸ Isti Pujihastuti, "Prinsip Penulisan Kuisisioner Penelitian", *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, (omnline), Vol.2, No. 1, diakses pada Januari 2021 dari <http://jurnal.unismabekasi.ac.id>

		Istiqamah dalam membaca al-Qur'an	8, 11 dan 13
--	--	-----------------------------------	--------------

E. Tahap-Tahap Penelitian

1. Menentukan masalah yang akan diteliti

Permasalahan adalah kunci utama alasan tugas akhir ini dibuat. Peneliti membuat tugas akhir ini untuk meneliti permasalahan yang ada. Dalam proses penentuan masalah, peneliti melakukan observasi tentang pengaruh drama korea terhadap teman-teman peneliti yang merupakan mahasiswa program studi komunikasi penyiaran Islam. Setelah tema penelitian ditentukan, peneliti melakukan studi kepustakaan dengan berbagai macam literatur yang relevan dengan tema penelitian. Kemudian merumuskan permasalahan penelitian dan mengajukan matrik kepada Ketua Program Studi. Sesudah matrik penelitian disetujui, peneliti melanjutkan proses penelitian dengan menyusun proposal penelitian.

2. Menyusun desain penelitian

Desain penelitian peneliti wujudkan dalam bentuk proposal penelitian yang berisi rancangan penelitian yang akan dilaksanakan. Rancangan penelitian memuat latar belakang permasalahan, rumusan masalah dan tujuan penelitian, kerangka teoritik, hipotesis, metode penelitian dan sistematika pembahasan penelitian skripsi. Sedangkan metode penelitian melingkupi pendekatan dan jenis penelitian, menetapkan populasi, sample dan teknik sampling, merumuskan variabel dan indikator

penelitian, menentukan teknik pengumpulan data dan memutuskan teknik analisis data.

3. Merumuskan instrument penelitian

Instrumen penelitian yang akan digunakan yakni berupa angket yang memakai skala *Likert*. Kemudian peneliti menyusun deskripsi angket dengan merumuskan variabel menjadi sejumlah indikator dan menentukan beberapa pernyataan bagi setiap indikator. Peneliti membuat *blue print* dengan jenis pertanyaan positif (*favourable*) untuk mengetahui porsi jumlah pernyataan yang dibuat untuk tiap indikator. Selanjutnya peneliti menyusun pernyataan-pernyataan ke dalam bentuk angket. Angket tersebut kemudian di uji untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya.

4. Mengumpulkan data penelitian

Setelah angket di uji validitas dan reliabilitasnya, terbentuklah angket yang siap digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Selain angket data penelitian didapatkan melalui dokumentasi.

5. Mengelola dan menganalisis data

Data penelitian yang telah didapatkan, kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik, sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif. Kemudian hasil analisis data diinterpretasikan dan diperiksa hasilnya dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

6. Mengerjakan laporan hasil penelitian

Tahap akhir dari penelitian adalah menyusun laporan penelitian. Penyusunan hasil penelitian dilakukan agar penelitian dapat diketahui dan diambil manfaatnya oleh orang lain.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam mengumpulkan data adalah dengan menggunakan sumber data yang berupa data primer dan sekunder. Data primer ialah sumber data yang secara langsung terkait dengan masalah penelitian dan dapat digunakan sebagai bahan analisis serta penarikan kesimpulan dalam penelitian. Sedangkan data sekunder yaitu sumber data yang secara tidak langsung terkait dengan penelitian.¹⁰⁹ Untuk mendapatkan data yang empiris, peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung maupun tidak langsung terhadap suatu fenomena atau kondisi lingkungan obyek penelitian yang mendukung proses penelitian. Observasi dilakukan agar peneliti mendapat gambaran yang jelas mengenai kondisi obyek penelitian.¹¹⁰ Adapun jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah observasi non partisipan, yang dimana peneliti mengamati gejala-gejala yang nampak ketika menonton drama Korea dari mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

2. Kuisisioner (Angket)

¹⁰⁹ Musfiqon. *Metode Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2012), 115.

¹¹⁰ Sofiyon Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan manual & SPSS*. (Jakarta: Kencana, 2013), 19.

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari data responden yang didapat melalui kuisioner yang telah disebar secara online dengan bentuk *google form*. Kuisioner merupakan seperangkat pertanyaan yang telah disusun secara sistematis yang diberikan untuk dijawab oleh responden.¹¹¹ Jenis kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner tertutup, dimana responden hanya dapat menjawab berdasarkan opsi jawaban yang telah disediakan. Pemakaian kuisioner jenis ini diharapkan dapat memberi hasil gambaran yang dapat merepresentasikan kondisi objek penelitian. Sebelum kuisioner diberikan kepada responden, setiap pertanyaan akan diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* mahasiswa pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner dengan skala *Likert*. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.¹¹²

Pertimbangan peneliti dalam menggunakan skala likert 1-4 dalam penelitian ini adalah karena menurut McDaniel dan Gates skala likert memperlihatkan seberapa kuat tingkat setuju atau tidak setuju atas suatu pernyataan. Terdapat tiga pertimbangan lain peneliti dalam menggunakan skala Likert. Pertama, skala ini memudahkan

¹¹¹ Musfiqon. *Metode Penelitian Pendidikan*, 142.

¹¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), 73.

responden untuk menjawab kuisisioner apakah setuju atau tidak setuju. Kedua, karena skala ini mudah digunakan dan mudah dipahami oleh responden. Ketiga, dikarenakan secara visual menggunakan skala Likert lebih menarik dan mudah diisi oleh responden.¹¹³ Adapun cara pemberian skor dengan pertanyaan bersifat positif adalah sebagai berikut:¹¹⁴

Tabel 3.2
Skor Penilaian skala Likert

Keterangan	Skor Penilaian Soal
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah proses pembuktian yang didasarkan pada jenis sumber apapun. Jenis sumber dapat terdiri dari gambar, lisan dan tulisan. Dokumentasi juga dapat diartikan sebagai bentuk pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen berupa buku, majalah, telusuran website atau literature lainnya yang berkaitan dengan penelitian, sehingga peneliti menjadikan literatur

¹¹³ Sri Raharjo Saptono Putro, “Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Di Sekolah Tinggi Dibawah Yayasan Bani Saleh)”, *Jurnal Gerbang*, Volume 9, No. 2, diakses pada Januari 2021 dari <https://jurnal.stmik.banisaleh.ac.id/>

¹¹⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. (Bandung: Alfabeta, 2010), 93.

tersebut sebagai referensi. Dokumen adalah sumber data sekunder dalam bentuk cetak maupun digital yang memiliki tujuan untuk melengkapi data penelitian.¹¹⁵

G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian

1. Teknik Validitas Data

Teknik atau uji validitas adalah akurasi alat ukur terhadap objek yang diukur, yang tetap terjaga akurasinya meskipun dilakukan berkali-kali. Untuk mencapai tingkat validitas suatu instrumen penelitian, maka alat yang digunakan dalam instrumen juga harus memiliki validitas yang baik.¹¹⁶

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji Korelasi *Product Moment* yang akan membandingkan r tabel dengan r hitung. Jika r hitung $>$ r tabel, maka objek dinyatakan valid. Dalam uji validitas kuesioner, peneliti menggunakan analisis validitas pada tiap butirnya, yakni mengkorelasikan skor tiap butir pertanyaan dengan skor total butir pertanyaan (*corrected item total correlation*). Nilai korelasi dapat dilihat pada hasil pengolahan menggunakan program IBM *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 20.

Sugiyono menyatakan bahwa suatu instrumen dapat dikatakan valid, jika memiliki koefisien *corrected item total correlation* pada tiap faktornya positif dan memiliki besaran 0,05 ke atas. Maka

¹¹⁵ Natalina Nilamsari, “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kuantitatif”, *Jurnal Wacana*, (online), Vol. 8, N0.2, diakses pada Januari 2021 dari <https://journal.moestopo.ac.id>

¹¹⁶ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada, Media Group, 2009), 97.

faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.¹¹⁷ Penguji melakukan uji dua sisi dengan signifikansi 0,05 atau 5%. Klasifikasi pengujiannya yaitu:

- a. Jika r hitung $>$ r table (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05), maka item pertanyaan yang berkorelasi secara signifikan dengan skor total dapat dikatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r table (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05), maka dinyatakan tidak valid.¹¹⁸

Dengan signifikansi sebesar 0,05 nilai r tabel untuk 50 responden yakni sebesar 0,279.¹¹⁹ Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *IBM Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 20 terhadap variabel intensitas menonton drama Korea (X) dan variabel kualitas *ubudiyah* (Y) memakai teknik *Corrected Item Correlation* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Intensitas Menonton Drama Korea (X)

Instrumen	Total Pearson Correlation	r Tabel	Keterangan
X1	0,020	0,279	Tidak Valid
X2	0,017	0,279	Tidak Valid
X3	0,167	0,279	Tidak Valid
X4	0,483	0,279	Valid

¹¹⁷ Sugiyono, *Motode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 121.

¹¹⁸ Sugiyono. *Memahami Penelitian Kuantitatif, kuantitatif dan R&D*, 121.

¹¹⁹ Sahid Raharjo. *Cara Membaca Distribusi Nilai r Tabel Product Momet Lengkap*, diakses pada Januari 2021 dari <https://www.spssindonesia.com>

X5	0,634	0,279	Valid
X6	0,678	0,279	Valid
X7	0, 678	0,279	Valid
X8	0,614	0,279	Valid
X9	0,500	0,279	Valid
X10	0,359	0,279	Valid
X11	0,335	0,279	Valid
X12	0,553	0,279	Valid
X13	0,384	0,279	Valid
X14	0,521	0,279	Valid
X15	0,530	0,279	Valid
X16	0,540	0,279	Valid
X17	0,595	0,279	Valid
X18	0,447	0,279	Valid
X19	0,044	0,279	Tidak Valid
X20	0,012	0,279	Tidak Valid

Berdasarkan hasil analisis tabel variabel intensitas menonton drama Korea (X) diatas terdapat lima item pernyataan dari variabel X yang tidak valid. Pernyataan tersebut ialah X1 (pernyataan nomor 1) dengan r hitung sebesar $0,020 < 0,279$ sehingga tidak signifikan. Kemudian pada X2 (pernyataan nomor 2) dengan r hitung sebesar $0,017 < 0,279$ sehingga tidak signifikan, pada X3 (pernyataan nomor 3) dengan r hitung sebesar $0,167 < 0,279$ maka tidak signifikan dan pada X19 (pernyataan nomor 19) dengan r hitung $0,044 < 0,279$ sehingga tidak signifikan. Serta pada X20 (pernyataan nomor 20) dengan r hitung $0,012 < 0,279$ maka hasilnya juga tidak signifikan.

Selain itu, dari analisis tabel diatas dapat diketahui bahwa butir pernyataan dari X4 (pernyataan nomor 4) hingga X18 (pernyataan

nomor 18) dinyatakan valid dalam variabel X, karena seluruh r hitung $>$ r tabel. Dengan ini, butir pernyataan yang tidak valid tidak akan dilanjutkan sebagai bahan penelitian.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Kualitas *Ubudiyah* (Y)

Instrumen	Total Pearson Correlation	r Tabel	Keterangan
Y1	0,125	0,279	Tidak Valid
Y2	0,125	0,279	Tidak Valid
Y3	0,264	0,279	Tidak Valid
Y4	0,471	0,279	Valid
Y5	0,563	0,279	Valid
Y6	0,543	0,279	Valid
Y7	0,535	0,279	Valid
Y8	0,555	0,279	Valid
Y9	0,465	0,279	Valid
Y10	0,238	0,279	Tidak Valid
Y11	0,335	0,279	Valid
Y12	0,498	0,279	Valid
Y13	0,386	0,279	Valid
Y14	0,485	0,279	Valid
Y15	0,491	0,279	Valid
Y16	0,511	0,279	Valid
Y17	0,535	0,279	Valid
Y18	0,466	0,279	Valid
Y19	0,077	0,279	Tidak Valid
Y20	0,066	0,279	Tidak Valid

Berdasarkan hasil analisis tabel variabel kualitas *ubudiyah* (Y) diatas terdapat enam item pernyataan dari variabel Y yang tidak valid. Pernyataan tersebut ialah Y1 (pernyataan nomor 1) dengan r hitung sebesar $0,125 < 0,279$ maka tidak signifikan. Kemudian pada Y2 (pernyataan nomor 2) dengan r hitung sebesar $0,125 < 0,279$ sehingga tidak signifikan, pada Y3 (pernyataan nomor 3) dengan r hitung sebesar $0,264 < 0,279$ maka tidak signifikan, pada Y10 (pernyataan nomor 10) dengan r hitung sebesar $0,238 < 0,279$ sehingga tidak signifikan dan Y19 (pernyataan nomor 19) dengan r hitung $0,077 < 0,279$ maka tidak signifikan. Serta pada X20 (pernyataan nomor 20) dengan r hitung $0,066 < 0,279$ maka hasilnya juga tidak signifikan.

Dari analisis tabel diatas dapat diketahui bahwa butir pernyataan dari Y4 (pernyataan nomor 4) hingga Y9 (pernyataan nomor Y9) dan Y11 (pernyataan nomor 11) hingga Y18 (pernyataan nomor 18) dinyatakan valid dalam variabel Y, karena seluruh r hitung $> r$ tabel. Dengan ini, butir pernyataan yang tidak valid tidak akan digunakan sebagai bahan penelitian.

2. Teknik Reliabilitas Data

Reliabilitas merupakan alat ukur yang memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap obyek yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji ini digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden terhadap item pertanyaan sebuah kuisioner. Suatu instrument penelitian dapat dianggap reliabel dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, apabila koefisien reliabilitas (r_{11}) $>$

0,6.¹²⁰ Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *IBM Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 20 dengan ketentuan reliabilitas tes sebagai berikut:¹²¹

- a. Jika koefisien (r_{11}) $> 0,6$ atau r maka item pertanyaan dinyatakan reliable (terpercaya)
- b. Jika koefisien (r_{11}) $< 0,6$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliable (tidak terpercaya)

Dalam variabel intensitas menonton drama Korea (X) terdapat 15 pernyataan yang diuji realibilitasnya. Peneliti tidak menyertakan butir pernyataan yang tidak valid kedalam angket yang akan dibagikan. Butir pernyataan yang valid kemudian dianalisis reliabilitasnya menggunakan *IBM Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 20 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Intensitas Menonton Drama Korea (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	15

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas diatas, diketahui bahwa variabel intensitas menonton drama Korea (X) menghasilkan nilai sebesar $0,847 > 0,6$

¹²⁰ Sofiyani Siregar. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 89.

¹²¹ Sofiyani Siregar. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, 90.

maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam angket variabel X adalah reliabel atau konsisten.

Sedangkan dalam variabel kualitas *ubudiyah* (X) terdapat 14 pernyataan yang diuji realibilitasnya. Peneliti tidak memakai butir pernyataan yang tidak valid kedalam angket yang akan dibagikan. Butir pernyataan yang valid kemudian dianalisis reliabilitasnya menggunakan *IBM Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 20 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas
Ubudiyah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.791	14

Pada hasil analisis variabel kualitas *ubudiyah* (Y) diketahui bahwa 14 item dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,791. Nilai tersebut > 0,6, maka dapat dikatakan seluruh butir pernyataan dalam variabel Y adalah reliabel.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan analisis kuantitatif adalah analisis yang dilakukan terhadap data berupa angka dengan mengklasifikasi, mentabulasi, dan dengan menghitung data statistik.¹²² Teknik yang digunakan

¹²² Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), 73.

dalam penelitian ini adalah teknik analisis data korelasi yang merupakan sebuah teknik untuk menentukan seberapa signifikan hubungan antara dua variabel. Penelitian ini menggunakan analisis korelasi *pearson product moment* (KPM) yang merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji suatu hipotesa asosiatif antar dua variabel apabila datanya berskala rasio atau interval.¹²³

Peneliti memilih menggunakan korelasi *pearson product moment* karena dinilai paling sesuai dengan penelitian ini, yaitu mengetahui ada atau tidaknya pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Korelasi *pearson product moment* merupakan salah satu jenis statistik parametris karena digunakan untuk analisis data skala interval dan rasio. Terdapat beberapa persyaratan dalam penggunaan teknik korelasi *pearson product moment* diantaranya sebagai berikut:¹²⁴

- a. Sampel yang digunakan bersifat acak
- b. Data yang akan diuji memiliki sifat *homogeny*
- c. Data bersifat linier
- d. Data yang diuji berdistribusi normal

¹²³ Nanang Martono, *Statistika Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS*. (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 242

¹²⁴ Nanang Martono, *Statistika Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS*, 242.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

a. Pengertian Drama Korea

Drama Korea merupakan salah satu hasil budaya Korea Selatan dalam bidang seni yang merujuk pada suatu fiksi yang memvisualkan kehidupan masyarakat Korea dalam bentuk drama dan diproduksi oleh orang-orang Korea Selatan serta tayang di stasiun televisi Korea dalam bentuk serial dan memakai bahasa Korea. Drama Korea ini berupa cerita bersambung (serial) yang terdiri mulai dari 16 episode sampai lebih dari 100 episode (rata-rata tidak lebih dari 200 episode). Setiap episode kebanyakan memiliki durasi 40 menit hingga 1 jam, banyaknya episode dan lamanya durasi untuk menonton dapat menyita waktu penonton. Seiring berkembangnya teknologi informasi, drama Korea saat ini tidak hanya bisa dinikmati didalam televisi saja namun juga telah tersedia dalam *platform* online. Sebagian besar drama Korea menjadi marak ditonton di berbagai belahan dunia dan memiliki andil yang besar terhadap tersebarnya *Korean Wave* dan demam drama Korea' di beberapa negara.¹²⁵

Drama Korea pada umumnya memiliki dua genre utama, genre pertama adalah genre kontemporer yang serupa dengan serial-serial opera sabun di negara-negara

¹²⁵ Diana Annisa Fitri. "Pengaruh Drama Korea Terhadap Karakter Mahasiswa PAI (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)", *Skripsi*, Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung, 2019, 10.

barat. Drama dengan genre ini biasanya identik dengan plot pendek, *ending* yang berakhir cepat dan tidak memiliki kejelasan referensi seksual. Genre ini kebanyakan mempunyai konflik seputar hubungan percintaan, keluarga dan bisnis. Karakter utama dalam drama Korea seringkali terlibat cinta segitiga yang kompleks, dimana karakter utama (*female lead*) lazimnya dicintai oleh dua pihak lawan jenis yang salah satunya merupakan karakter utama (*male lead*) dan yang lain sebagai karakter utama kedua (*second lead*).¹²⁶

Sedangkan genre kedua mengisahkan sejarah Korea (biasa diistilahkan dengan *sa geuk*) yang memuat dramatisasi fiksi sejarah Korea. *Sa geuk* merupakan drama yang bersumber pada kisah tokoh sejarah Korea, penggabungan beberapa kejadian dalam sejarah kerajaan Korea atau menjadikan historis sebagai latar belakang cerita. Lazimnya *sa geuk* memiliki alur cerita yang sangat kompleks, dengan kostum, set dan *effect* yang sangat rumit karena harus berdasarkan pada latar tempat dan waktu kerajaan Korea di masa lampau. Genre ini terkenal memiliki konflik terkait peperangan, perebutan tahta, kisah panglima militer terkenal, hingga intrik politik yang didasarkan pada sejarah drama Korea.¹²⁷

¹²⁶ Eckersley, M (ed.), *Drama from the Rim: Asian Pacific Drama Book 2nd ed.* (Melbourne: Drama Victoria), 56.

¹²⁷ Eckersley, M (ed.), *Drama from the Rim: Asian Pacific Drama Book 2nd ed.*, 57.



Gambar 4.1 Drama *sa geuk* Dong Yi yang pernah tayang di Indosiar

Drama Korea dalam berbagai genre kebanyakan identik dengan dengan kualitas produksi yang baik dan berskala besar, aktor dan aktris dengan visualisasi menawan yang mampu mendalami peran karakter dengan penuh penjiwaan serta naskah yang cerdas dengan plot yang sulit untuk ditebak penonton.¹²⁸

b. Sejarah Drama Korea

Ketika generasi pada tahun diatas 1990-an ditanyai seputar hiburan, yakni mengenai drama, film atau musik dari negara Asia yang tengah naik daun di Indonesia pada masa generasinya, kemungkinan besar banyak dari mereka merespon dengan menyebutkan negara Jepang, Cina dan Hongkong tanpa menyinggung negara Korea. Namun, berbeda bila pertanyaan yang serupa ditanyakan pada generasi hari ini, negara Korea tentu akan muncul dalam salah satu jawaban mereka. Kenyataan bahwa sebagian besar

¹²⁸ Velda Ardia, “Drama Korea dan Budaya Populer”, *Jurnal Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta*, (online), vol.2, no.3, diakses pada Januari 2021 dari <https://e-jurnal.lppmunsera.org/>

generasi hari ini di Indonesia dapat mengidentifikasi komoditas budaya Korea terlepas ia pernah mengonsumsi atau tidaknya budaya tersebut, menunjukkan sebuah realitas bahwa budaya Korea telah berhasil memperoleh popularitasnya di ranah global.¹²⁹

Popularitas budaya Korea yang telah berkembang dengan pesat hingga mampu mendapat perhatian di kancah internasional ini bermula pada tahun 1994. Saat Kim Young Sam terpilih sebagai presiden ketujuh Korea Selatan, dalam masa kepemimpinannya ada dua mandat krusial yang harus dijalankan, yakni demokratisasi dan *seggyehwa* (globalisasi). Dalam aspek globalisasi Kim Young Sam mendeklarasikan bahwa *seggyehwa* adalah visi nasional dan sasaran strategi pembangunan negara. Deklarasi ini kemudian dituangkan oleh Shin Nak-yun menteri kebudayaan korea saat itu, kedalam manifestasi dengan menetapkan abad 21 sebagai *century of culture*.

Berbagai macam usaha dan pembenahan dilaksanakan untuk memanifestasikan globalisasi budaya korea. Diawali dari modernisasi dan preservasi budaya Korea Selatan yang semula tradisional, upaya ini dilakukan agar budaya Korea dapat disambut oleh publik mancanegara. Kemudian dilanjutkan dengan mengadakan pelatihan bagi para tenaga ahli dalam bidang seni dan budaya, mengembangkan pembangunan infrastruktur fasilitas kultural di distrik regional, mendirikan sentral kebudayaan di luar negeri

¹²⁹ Annisa Valentina, Ratna Istiyani, “Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan”, *Jurnal Pemikiran sosiologi*, (online), Volume 2, No. 2, diakses pada Januari 2021 dari <https://jurnal.ugm.ac.id/>

hingga memperluas jaringan internet ke seluruh penjuru negeri demi menunjang persebaran informasi budaya.¹³⁰

Usaha pemerintah Korea Selatan dalam mengembangkan kebudayaan korea mulai membuahkan hasil. Ditandai dengan lahirnya istilah *hallyu* pada tahun 1999 yang pertama kali diperkenalkan oleh jurnalis Beijing atas keterkejutan akan pesatnya laju perkembangan reputasi popularitas hiburan dan budaya Korea di Cina. Semenjak itu ledakan budaya Korea melonjak dan mencapai tahap penetrasi aktif di belahan Asia. Dan di tahun yang sama saat krisis ekonomi melanda sebagian besar negara-negara Asia, drama Korea naik daun menjadi komoditas yang diimpor oleh negara-negara Asia Tenggara lantaran satu-satunya alternatif yang ekonomis apabila dibandingkan dengan drama Jepang yang 4 kali lipat lebih mahal dan drama Hongkong yang dapat 10 kali lipat lebih mahal.¹³¹

Fenomena tersebut mendatangkan perubahan yang signifikan dalam industri perfilman Korea, transformasi ini terlihat saat drama domestik memiliki nilai jual dan mempunyai *marketplace* tersendiri dengan instabilitas market share yang bersaing dengan film dari negara lain. Sejak saat itu drama Korea tidak hanya dinikmati secara regional, namun juga diminati

¹³⁰ Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism, *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*. (Seoul: Korean Culture and Information Service, 2011), 12.

¹³¹ Doobo Shim, "Hybridity and The Rise of Korean Popular Culture", *SAGE Publications*, (online), diakses pada Februari 2021 dari <https://journals.sagepub.com/>

oleh mancanegara. Hal ini ditunjukkan dengan permintaan *ekspor* yang begitu tinggi terhadap drama Korea. Kemudian di tahun 2002 serial drama Korea merupakan komoditas *ekspor* terbesar di Korea Selatan.¹³²

Dalam perjalanannya selama 20 tahun terakhir, drama Korea tidak hanya populer di Asia, namun juga ramai dikonsumsi oleh publik Eropa, Amerika dan Australia, yang terbukti dengan teridentifikasinya fanclub dan banyaknya *remake* drama Korea yang diproduksi di negara-negara tersebut. Pesatnya perkembangan budaya Korea hingga disambut oleh dunia internasional, menciptakan suatu fenomena demam budaya Korea di taraf global, yang dinamakan sebagai *Korean Wave*.

Korean Wave atau *Hallyu* merupakan sebutan yang ditujukan bagi tersebar luaskannya budaya pop Korea di tingkat internasional, di berbagai negara di dunia yang dapat juga dikatakan sebagai globalisasi budaya Korea. Fenomena *Korean Wave* tidak hanya mencakup budaya pop Korea saja, namun juga diikuti dengan perhatian terhadap komoditas. Korea Selatan yang lain seperti *K-food*, *K-Pop*, *K-Fashion* hingga *K-Drama*. Saat ini fenomena tersebut juga melanda generasi Indonesia masa kini, mereka pada umumnya menyukai drama dan music Korea yang merupakan komoditas utama Korea hari ini.¹³³

¹³² Velda Ardia, "Drama Korea dan Budaya Populer", *Jurnal Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta*.

¹³³ Doobo Shim, "Hybridity and The Rise of Korean Popular Culture".

c. Perkembangan Drama Korea di Indonesia

Pengaruh *Korean Wave* di Indonesia, dimulai dari masuknya serial drama Korea. Stasiun televisi yang mengawali penayangan drama Korea di Indonesia adalah Indosiar yang berhasil menayangkan drama *Endless Love* atau lebih dikenal dengan judul *Autumn In My Heart* di negara asalnya. Drama ini ditayangkan pada tahun 2002 dan sukses memperoleh rating sebesar 10% berdasarkan survey AGB Nielsen Indonesia, yang berarti drama tersebut ditonton 2,8 juta orang di lima kota besar di Indonesia. Kemudian di tahun yang sama Trans TV juga menayangkan drama Korea dengan judul *Mother's Sea* yang mendapatkan rating 11% sejak awal penayangannya. Semenjak penayangan drama Korea di stasiun televisi Indonesia, *Korean wave* mulai tersebar di Indonesia melalui *K-Drama*. Sekitar 50 lebih judul drama Korea telah tayang di beberapa stasiun televisi Indonesia dan jumlah ini terus meningkat setiap tahunnya, karena minat dan antusiasme penonton yang besar terhadap drama Korea. Dari beberapa drama yang telah tayang di Indosiar, drama dengan judul *Full House* yang tayang pada tahun 2005 meraih rating tertinggi saat itu yakni sebesar 40%.¹³⁴

¹³⁴ Idola Perdini Putri dkk, “*K-Drama dan penyebaran Korean Wave di Indonesia*”, *Jurnal ProTVF*, Volume 3, no.1, diakses pada Februari 2021 dari <http://jurnal.unpad.ac.id/>



Gambar 4.2 Poster Drama Autumn In My Heart

Perolehan rating yang tinggi dikarenakan drama tersebut sukses menarik perhatian penonton dengan romantisme dan kisah memilukan yang mewarnai jalan cerita serta mampu mempengaruhi emosi penonton untuk hanyut meresapi alur drama.¹³⁵

d. Profil Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Mahasiswa merupakan pelajar atau seseorang yang menghadiri sebuah institusi pendidikan dalam jenjang perguruan tinggi. Sedangkan mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam adalah pelajar yang termasuk dalam Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) menawarkan studi ilmu komunikasi yang terintegrasi dengan penyiaran dan dakwah Islam. Sebagai wadah untuk studi ilmu komunikasi,

¹³⁵ Valentina Marinescu (ed.), *The Global Impact Of South Korean Culture: Hallyu Ubound*. (New York: Lexington Books, 2014), 24.

kurikulum di Jurusan KPI memasukkan semua mata kuliah wajib yang disepakati dalam forum ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi), seperti Ilmu Komunikasi, Teori Komunikasi, Filsafat dan Etika Komunikasi, Komunikasi Politik, Komunikasi Antar Budaya, Desain Komunikasi Visual, dan sebagainya, sehingga kompetensi lulusan Jurusan KPI dapat disejajarkan dengan lulusan Jurusan/Program Studi Ilmu Komunikasi pada umumnya.

Namun, ada nilai lebih yang dimiliki oleh lulusan Jurusan KPI dibandingkan dengan jurusan ilmu komunikasi di tempat lain. Nilai lebih tersebut adalah penguasaan ilmu dan pendekatan keagamaan yang juga diajarkan di Jurusan KPI. Sehingga, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam merupakan mahasiswa yang memiliki kompetensi kemampuan dalam bidang dakwah dan teknologi komunikasi melalui retorika, media cetak, radio atau televisi. Mahasiswa fakultas ini diberikan pengajaran mengenai berdakwah pada era modernisasi seperti saat ini. Memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi sebagai media dakwah sudah tentu menjadi sebuah tugas bagi para kaum pemuda khususnya yang beragama muslim dan mampu mentransmisikan ajaran Islam dalam realitas kehidupan “Transmitting Islamic Values”.

Pemilihan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagai objek penelitian dikarenakan peneliti melihat dalam observasi sebelum penelitian ditemukan adanya gejala yang timbul akibat menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* mahasiswa.

B. Analisis Data

Setelah peneliti melakukan penelitian di lapangan, tahapan selanjutnya yaitu menyajikan data yang telah didapat dari hasil penelitian lapangan. Tahap penggalan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket yang telah disebar secara *online* kepada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam dan diolah dengan bantuan *software* SPSS versi 20 . Penyajian data yang telah didapat dari angket yakni sebagai berikut:



1. Demografi Responden

Tabel 4.1**Tahun Angkatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2016.00	4	8.0	8.0	8.0
2017.00	32	64.0	64.0	72.0
Valid 2018.00	8	16.0	16.0	88.0
2019.00	6	12.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa dari 50 responden merupakan Mahasiswa KPI UIN Sunan Ampel Surabaya dengan **tahun angka 2016** sebanyak 4 orang atau 8%, **tahun angkatan 2017** sebanyak 32 orang atau 64%, **tahun angkatan 2018** sebanyak 8 orang atau 16% dan **tahun angkatan 2019** sebanyak 6 orang atau 12%.

2. Tabel Frekuensi Jawaban Responden

Tabel 4.2

**Frekuensi Saya meluangkan waktu untuk menonton drama
Korea**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	3	6.0	6.0	8.0
Valid Setuju	22	44.0	44.0	52.0
Sangat Setuju	24	48.0	48.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya meluangkan waktu untuk menonton drama Korea sebanyak 24 orang atau sebesar 48%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 22 orang atau sebesar 44%, **tidak setuju** sebanyak 3 orang atau sebanyak 6% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 1 orang atau dengan presentase 2%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **sangat setuju** pada pernyataan saya meluangkan waktu untuk menonton drama Korea dengan presentase 48% atau 24 orang dan responden paling

sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 2% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.3
Frekuensi menonton drama Korea setiap hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	6	12.0	12.0	12.0
Tidak Setuju	23	46.0	46.0	58.0
Valid Setuju	14	28.0	28.0	86.0
Sangat Setuju	7	14.0	14.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea setiap hari sebanyak 7 orang atau sebesar 14%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 14 orang dengan presentase 28%, **tidak setuju** sebanyak 23 orang atau sebanyak 46% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 6 orang atau dengan presentase 12%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih **tidak setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea setiap hari dengan presentase 46%

atau 23 orang dan responden paling sedikit memilih **sangat tidak setuju** dengan presentase 12% atau sebanyak 6 orang.

Tabel 4.4
Frekuensi mempunyai waktu tetap dalam menonton drama Korea

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	6	12.0	12.0	12.0
Tidak Setuju	21	42.0	42.0	54.0
Valid Setuju	14	28.0	28.0	82.0
Sangat Setuju	9	18.0	18.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya mempunyai waktu yang tetap untuk menonton drama Korea sebanyak 9 orang atau sebesar 18%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 14 orang atau sebesar 28%, **tidak setuju** sebanyak 21 orang atau sebesar 42% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 6 orang atau dengan presentase 12%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **tidak setuju** pada pernyataan saya mempunyai waktu yang tetap untuk

menonton drama Korea dengan presentase 42% atau 21 orang dan responden paling sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 12% atau sebanyak 6 orang.

Tabel 4.5

Frekuensi Intensitas waktu menonton 3-5 jam sehari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	8.0	8.0	8.0
Tidak Setuju	10	20.0	20.0	28.0
Valid Setuju	22	44.0	44.0	72.0
Sangat Setuju	14	28.0	28.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya menghabiskan waktu 3-5 jam sehari untuk menonton drama Korea sebanyak 14 orang atau sebesar 28%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 22 orang dengan presentase 44%, **tidak setuju** sebanyak 10 orang atau sebesar 20% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 4 orang atau dengan presentase 8%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih **setuju** pada pernyataan saya menghabiskan waktu 3-5 jam sehari untuk menonton drama

Korea dengan presentase 44% atau 22 orang dan responden paling sedikit memilih **sangat tidak setuju** dengan presentase 8% atau sebanyak 4 orang.

Tabel 4.6
Frekuensi Saya memberi batas waktu ketika menonton drama Korea

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	9	18.0	18.0	22.0
Valid Setuju	24	48.0	48.0	70.0
Sangat Setuju	15	30.0	30.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya mempunyai waktu yang tetap untuk menonton drama Korea sebanyak 18 orang atau sebesar 36%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 22 orang atau sebesar 44%, **tidak setuju** sebanyak 8 orang atau sebesar 16% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 2 orang atau dengan presentase 4%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **setuju** pada pernyataan saya mempunyai waktu yang tetap untuk

menonton drama Korea dengan presentase 44% atau 22 orang dan responden paling sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 4% atau sebanyak 2 orang.

Tabel 4.7

Frekuensi Saya suka menonton drama Korea karena drama Korea lebih menarik daripada drama atau sinetron negara lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	2.0	2.0	2.0
	4	8.0	8.0	10.0
Valid	12	24.0	24.0	34.0
	33	66.0	66.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya suka menonton drama Korea karena drama Korea lebih menarik daripada drama atau sinetron negara lain sebanyak 33 orang atau sebesar 66%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 12 orang dengan presentase 24%, **tidak setuju** sebanyak 4 orang atau sebesar 8% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 1 orang atau dengan presentase 2%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak

memilih **sangat setuju** pada pernyataan Saya suka menonton drama Korea karena drama Korea lebih menarik daripada drama atau sinetron negara lain dengan presentase 66% atau 33 orang dan responden paling sedikit memilih **sangat tidak setuju** dengan presentase 2% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.8
Frekuensi Saya menonton drama korea hingga tengah malam

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	6	12.0	12.0	12.0
Tidak Setuju	6	12.0	12.0	24.0
Valid Setuju	18	36.0	36.0	60.0
Sangat Setuju	20	40.0	40.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea hingga tengah malam sebanyak 20 orang atau sebesar 40%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 18 orang atau sebesar 36%, **tidak setuju** sebanyak 6 orang atau sebesar 12% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 6 orang atau dengan presentase 12%. Dari

penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **sangat setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea hingga tengah malam dengan presentase 40% atau 20 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **tidak setuju** dengan presentase 12% atau sebanyak 6 orang dan opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 12% atau sebanyak 6 orang.

Tabel 4.9

Frekuensi Saya selalu menonton drama korea setiap minggunya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	20	40.0	40.0	44.0
Valid Setuju	10	20.0	20.0	64.0
Sangat Setuju	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya selalu menonton drama Korea setiap minggunya sebanyak 18 orang atau sebesar 36%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 10 orang dengan presentase 20%, **tidak setuju**

sebanyak 20 orang atau sebesar 40% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 2 orang atau dengan presentase 4%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih **tidak setuju** pada pernyataan saya selalu menonton drama Korea setiap minggunya dengan presentase 40% atau 20 orang dan responden paling sedikit memilih **sangat tidak setuju** dengan presentase 4% atau sebanyak 2 orang.

Tabel 4.10
Frekuensi Saya menonton drama Korea
hingga episode terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	4	8.0	8.0	10.0
Valid Setuju	21	42.0	42.0	52.0
Sangat Setuju	24	48.0	48.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea hingga episode terakhir sebanyak 24 orang atau sebesar 48%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 21 orang atau sebesar 42%, **tidak setuju** sebanyak 4 orang atau sebesar 8% dan **sangat tidak setuju**

sebanyak 1 orang atau dengan presentase 2%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **sangat setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea hingga episode terakhir dengan presentase 48% atau 24 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 2% atau sebanyak 1 orang.

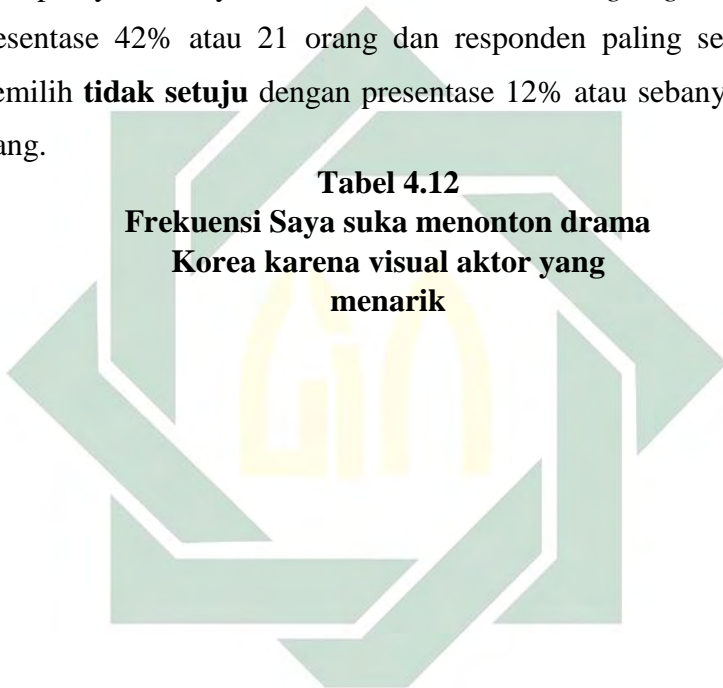
Tabel 4.11
Frekuensi Saya menonton drama Korea
ongoing

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	7	14.0	14.0	14.0
Tidak Setuju	6	12.0	12.0	26.0
Valid Setuju	21	42.0	42.0	68.0
Sangat Setuju	16	32.0	32.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea *ongoing* sebanyak 16 orang atau sebesar 32%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 21 orang dengan presentase 42%, **tidak setuju** sebanyak 6 orang atau

sebesar 12% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 7 orang atau dengan presentase 14%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih **setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea *ongoing* dengan presentase 42% atau 21 orang dan responden paling sedikit memilih **tidak setuju** dengan presentase 12% atau sebanyak 6 orang.

Tabel 4.12
Frekuensi Saya suka menonton drama
Korea karena visual aktor yang
menarik



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	8	16.0	16.0	20.0
Valid Setuju	20	40.0	40.0	60.0
Sangat Setuju	20	40.0	40.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya suka menonton drama Korea karena visual aktor yang menarik sebanyak 20 orang atau sebesar 40%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 20 orang atau sebesar 40%, **tidak setuju** sebanyak 8 orang atau sebesar 16% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 2 orang atau dengan presentase 4%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **sangat setuju** dan opsi **setuju** pada pernyataan saya suka menonton drama Korea karena visual aktor yang menarik dengan presentase yang sama yaitu 40% atau 20 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 4% atau sebanyak 2 orang.

Tabel 4.13
Frekuensi Saya suka menonton drama
Korea karena jalan cerita yang seru
(plot twist)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	21	42.0	42.0	42.0
Sangat Setuju	29	58.0	58.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea karena jalan cerita yang seru (*plot twist*) sebanyak 29 orang atau sebesar 58%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 21 orang dengan presentase 42% dan tidak ada responden yang memilih opsi **tidak setuju** dan **sangat tidak setuju**. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih **sangat setuju** pada pernyataan saya menonton drama Korea karena jalan cerita yang seru (*plot twist*) dengan presentase 58% atau 29 orang dan responden paling sedikit memilih **setuju** dengan presentase 42% atau sebanyak 21 orang.

Tabel 4.14
Frekuensi Saya sering terlalu fokus
menonton drama Korea, hingga saya
meninggalkan aktivitas yang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	10	20.0	20.0	20.0
Tidak Setuju	16	32.0	32.0	52.0
Valid Setuju	16	32.0	32.0	84.0
Sangat Setuju	8	16.0	16.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya sering terlalu fokus menonton drama Korea, hingga saya meninggalkan aktivitas yang lain sebanyak 8 orang atau sebesar 16%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 16 orang atau sebesar 32%, **tidak setuju** sebanyak 16 orang atau sebesar 32% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 10 orang atau dengan presentase 20%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **setuju** dan opsi **tidak setuju** pada pernyataan saya sering terlalu fokus menonton drama Korea, hingga saya meninggalkan aktivitas yang lain dengan presentase yang sama yakni 32% atau 16 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **sangat setuju** dengan presentase yaitu 16% atau sebanyak 8 orang.

Tabel 4.15
Frekuensi Saya selalu mengikuti info
drama Korea terbaru

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	19	38.0	38.0	42.0
Valid Setuju	20	40.0	40.0	82.0
Sangat Setuju	9	18.0	18.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya selalu mengikuti info drama Korea sebanyak 14 orang atau sebesar 28%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 17 orang dengan presentase 34%, **tidak setuju** sebanyak 18 orang atau sebesar 36% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 1 orang atau dengan presentase 2%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih **tidak setuju** pada pernyataan saya selalu mengikuti info drama Korea dengan presentase 36% atau 18 orang dan responden paling sedikit memilih **sangat tidak setuju** dengan presentase 2% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.16
Frekuensi menonton drama Korea
adalah bagian dari keseharian saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	6.0	6.0	6.0
Tidak Setuju	25	50.0	50.0	56.0
Valid Setuju	13	26.0	26.0	82.0
Sangat Setuju	9	18.0	18.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan menonton drama Korea adalah bagian dari keseharian saya sebanyak 9 orang atau sebesar 18%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 13 orang atau sebesar 26%, **tidak setuju** sebanyak 25 orang atau sebesar 50% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 3 orang atau dengan presentase 6%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **tidak setuju** pada pernyataan menonton drama Korea adalah bagian dari keseharian saya dengan presentase 50% atau 25 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 6% atau sebanyak 3 orang

Tabel 4.17
Frekuensi saya merasakan ketenangan
saat melaksanakan shalat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	6	12.0	12.0	12.0
Setuju	19	38.0	38.0	50.0
Sangat Setuju	25	50.0	50.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya merasakan sebanyak 25 orang atau sebesar 50%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 19 orang dengan presentase 38%, **tidak setuju** sebanyak 6 orang atau sebesar 12% dan responden tidak ada yang memilih opsi **sangat tidak setuju**. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih **sangat setuju** pada pernyataan saya selalu mengikuti info drama Korea dengan presentase 50% atau 25 orang dan responden paling sedikit memilih **tidak setuju** dengan presentase 12% atau sebanyak 6 orang.

Tabel 4.18
Frekuensi setelah shalat fardhu saya
selalu melakukan shalat sunnah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	24	48.0	48.0	52.0
Valid Setuju	15	30.0	30.0	82.0
Sangat Setuju	9	18.0	18.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan setelah shalat fardhu saya melakukan shalat sunnah sebanyak 9 orang atau sebesar 18%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 15 orang atau sebesar 30%, **tidak setuju** sebanyak 24 orang atau sebesar 48% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 2 orang atau dengan presentase 4%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **tidak setuju** pada pernyataan setelah shalat fardhu saya melakukan shalat sunnah dengan presentase 48% atau 24 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 4% atau sebanyak 2 orang.

Tabel 4.19
Frekuensi menonton drama Korea
hingga larut malam membuat saya telat
sholat shubuh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	19	38.0	38.0	38.0
Tidak Setuju	20	40.0	40.0	78.0
Valid Setuju	6	12.0	12.0	90.0
Sangat Setuju	5	10.0	10.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan menonton drama Korea hingga larut malam membuat saya telat shalat shubuh sebanyak 5 orang atau sebesar 10%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 6 orang dengan presentase 12%, **tidak setuju** sebanyak 20 orang atau sebesar 40% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 19 orang atau dengan presentase 38%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih **tidak setuju** pada pernyataan menonton drama Korea hingga larut malam membuat saya telat shalat shubuh dengan presentase 40% atau 20 orang dan responden paling sedikit memilih **setuju** dengan presentase 10% atau sebanyak 5 orang.

Tabel 4.20**Frekuensi Saya selalu shalat fardhu di awal waktu**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	21	42.0	42.0	42.0
Setuju	22	44.0	44.0	86.0
Sangat Setuju	7	14.0	14.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya selalu shalat fardhu di awal waktu sebanyak 7 orang atau sebesar 14%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 22 orang atau sebesar 44%, **tidak setuju** sebanyak 21 orang atau sebesar 42%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **setuju** pada pernyataan saya selalu shalat fardhu di awal waktu dengan presentase 44% atau 22 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **sangat setuju** dengan presentase 14% atau sebanyak 7 orang.

Tabel 4.21

Frekuensi ketika menonton drama Korea kemudian waktu shalat fardhu tiba, saya meninggalkan drama Korea dan bergegas melaksanakan shalat fardhu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	18	36.0	36.0	38.0
Valid Setuju	16	32.0	32.0	70.0
Sangat Setuju	15	30.0	30.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan ketika menonton drama Korea kemudian waktu shalat fardhu tiba, saya meninggalkan drama Korea dan bergegas melaksanakan shalat fardhu sebanyak 15 orang atau sebesar 30%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 16 orang dengan presentase 32%, **tidak setuju** sebanyak 18 orang atau sebesar 36% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 1 orang atau dengan presentase 2%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih **tidak setuju** pada pernyataan ketika menonton drama Korea kemudian waktu shalat fardhu tiba, saya meninggalkan drama Korea dan bergegas

melaksanakan shalat fardhu dengan presentase 36% atau 18 orang dan responden paling sedikit memilih **sangat tidak setuju** dengan presentase 2% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.22

Frekuensi saya sering melaksanakan shalat sunnah meski saya suka menonton drama Korea

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	27	54.0	54.0	58.0
Valid Setuju	16	32.0	32.0	90.0
Sangat Setuju	5	10.0	10.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya sering melaksanakan shalat sunnah meski saya suka menonton drama Korea sebanyak 5 orang atau sebesar 10%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 16 orang atau sebesar 32%, **tidak setuju** sebanyak 27 orang atau sebesar 54% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 2 orang atau dengan presentase 4%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **tidak setuju** pada pernyataan saya sering

melaksanakan shalat sunnah meski saya suka menonton drama Korea dengan presentase 54% atau 27 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 4% atau sebanyak 2 orang.

Tabel 4.23

Frekuensi Saya terkadang menunda shalat fardhu karena menonton drama Korea

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	12	24.0	24.0	24.0
Tidak Setuju	15	30.0	30.0	54.0
Valid Setuju	15	30.0	30.0	84.0
Sangat Setuju	8	16.0	16.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya terkadang menunda shalat fardhu karena menonton drama Korea sebanyak 8 orang atau sebesar 16%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 15 orang dengan presentase 30%, **tidak setuju** sebanyak 15 orang atau sebesar 30% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 12 orang atau dengan presentase 24%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak

memilih opsi **tidak setuju** dan **setuju** pada pernyataan saya terkadang menunda shalat fardhu karena menonton drama Korea dengan presentase yang sama 30% atau 15 orang dan responden paling sedikit memilih **sangat setuju** dengan presentase 8% atau sebanyak 16 orang.

Tabel 4.24

Frekuensi Saya selalu membaca al-Qur'an setiap hari meski saya suka menonton drama Korea

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	12	24.0	24.0	26.0
Valid Setuju	21	42.0	42.0	68.0
Sangat Setuju	16	32.0	32.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Bersumber dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya selalu membaca al-Qur'an setiap hari meski saya suka menonton drama Korea sebanyak 16 orang atau sebesar 32%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 21 orang dengan presentase 42%, **tidak setuju** sebanyak 12 orang atau sebesar 24% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 1 orang atau dengan presentase 2%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa

responden paling banyak memilih **setuju** pada pernyataan saya selalu membaca al-Qur'an setiap hari meski saya suka menonton drama Korea dengan presentase 42% atau 21 orang dan responden paling sedikit memilih **sangat tidak setuju** dengan presentase 2% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.25

Frekuensi Saya mengosongkan pikiran agar dapat fokus berinteraksi kepada Allah SWT saat shalat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Valid Setuju	24	48.0	48.0	52.0
Sangat Setuju	24	48.0	48.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya mengosongkan pikiran agar dapat fokus berinteraksi kepada Allah SWT saat shalat sebanyak 24 orang atau sebesar 48%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 24 orang dengan presentase 48%, **tidak setuju** sebanyak 2 orang atau sebesar 4% dan tidak ada responden yang memilih jawaban

sangat tidak setuju. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih jawaban **sangat setuju** dan **setuju** pada pernyataan saya mengosongkan pikiran agar dapat fokus berinteraksi kepada Allah SWT saat shalat dengan presentase yang sama yakni 48% atau 24 orang dan responden paling sedikit memilih **tidak setuju** dengan presentase 4% atau sebanyak 2 orang.

Tabel 4.26

Frekuensi Saya terburu-buru ketika membaca al-Qur'an untuk menonton drama Korea

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	17	34.0	34.0	34.0
Tidak Setuju	22	44.0	44.0	78.0
Valid Setuju	6	12.0	12.0	90.0
Sangat Setuju	5	10.0	10.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya terburu-buru ketika membaca al-Qur'an untuk menonton drama Korea sebanyak 5 orang atau sebesar 10%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 6

orang atau sebesar 12%, **tidak setuju** sebanyak 22 orang atau sebesar 44% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 17 orang atau sebesar 34%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **tidak setuju** pada pernyataan saya terburu-buru ketika membaca al-Qur'an untuk menonton drama Korea dengan presentase 44% atau 22 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **setuju** dengan presentase 12% atau sebanyak 6 orang.

Tabel 4.27

Frekuensi Membaca al-Qur'an adalah bagian dari keseharian saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	14	28.0	28.0	28.0
Setuju	18	36.0	36.0	64.0
Sangat Setuju	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan membaca al-Qur'an adalah bagian dari keseharian saya sebanyak 18 orang atau sebesar 36%, sedangkan responden yang menjawab **setuju**

sebanyak 18 orang dengan presentase 36%, **tidak setuju** sebanyak 14 orang atau sebesar 28% dan tidak ada responden yang memilih jawaban **sangat tidak setuju**. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih jawaban **sangat setuju** dan **setuju** pada pernyataan membaca al-Qur'an adalah bagian dari keseharian dengan presentase yang sama yakni 36% atau 18 orang dan responden paling sedikit memilih **tidak setuju** dengan presentase 28% atau sebanyak 14 orang

Tabel 4.28

Frekuensi Saya memiliki waktu yang tetap dalam membaca al-Qur'an

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	12	24.0	24.0	28.0
Valid Setuju	17	34.0	34.0	62.0
Sangat Setuju	19	38.0	38.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya memiliki waktu yang tetap dalam membaca al-Qur'an sebanyak

19 orang atau sebesar 38%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 17 orang atau sebesar 34%, **tidak setuju** sebanyak 12 orang atau sebesar 24% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 2 orang atau sebesar 4%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **sangat setuju** pada pernyataan saya memiliki waktu yang tetap dalam membaca al-Qur'an dengan presentase 44% atau 22 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 4% atau sebanyak 2 orang.

Tabel 4.29

**Frekuensi Setelah melaksanakan sholat fardhu saya
membaca al-Qur'an**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	10	20.0	20.0	22.0
Valid Setuju	26	52.0	52.0	74.0
Sangat Setuju	13	26.0	26.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan setelah melaksanakan sholat fardhu saya membaca al-Qur'an sebanyak 13

orang atau sebesar 26%, sedangkan responden yang menjawab **setuju** sebanyak 26 orang dengan presentase 52%, **tidak setuju** sebanyak 10 orang atau sebesar 20% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 1 orang atau dengan presentase 2%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **setuju** pada pernyataan setelah melaksanakan sholat fardhu saya membaca al-Qur'an dengan presentase 30% atau 15 orang dan responden paling sedikit memilih **sangat tidak setuju** dengan presentase 2% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.30
Frekuensi Saya selalu mematikan televisi ketika shalat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	6	12.0	12.0	14.0
Valid Setuju	10	20.0	20.0	34.0
Sangat Setuju	33	66.0	66.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 50 responden yang menjawab **sangat setuju** pada pernyataan saya selalu mematikan televisi ketika shalat sebanyak 33 orang atau sebesar 66%, sedangkan responden yang menjawab **setuju**

sebanyak 10 orang atau sebesar 20%, **tidak setuju** sebanyak 6 orang atau sebesar 12% dan **sangat tidak setuju** sebanyak 1 orang atau sebesar 2%. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih opsi **sangat setuju** pada pernyataan saya selalu mematikan televisi ketika shalat dengan presentase 66% atau 33 orang. Sedangkan responden paling sedikit memilih opsi **sangat tidak setuju** dengan presentase 2% atau sebanyak 4 orang.

C. Pengujian Hipotesis

Sesudah menyajikan olahan datayang telah didapat, maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses pengolahan dan perhitungan data yang menggunakan *software* SPSS versi 23.0. Berikut adalah hasil output SPSS untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi sebaran jawaban responden pada angket. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov sebagai alat untuk menguji normalitas hasil data yang telah didapat dengan pengelolaan menggunakan *software* SPSS versi 20. Landasan pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu:k

- a. Apabila nilai signifikansi (sig.) > 0,05 maka data berdistribusi normal

- b. Apabila nilai signifikasi (sig.) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Tabel 4.31
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.57026129
	Absolute	.105
Most Extreme Differences	Positive	.105
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.743
Asymp. Sig. (2-tailed)		.639

Berdasarkan table 4.2 pada data Asymp. Sig. menunjukkan bahwa nilai signifikasi untuk intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* adalah 0,639. Maka $0,639 > 0,005$, sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Korelasi Pearson Product Moment

Setelah persyaratan dipenuhi, maka langkah yang dilakukan selanjutnya adalah menggunakan uji korelasi pearson product moment untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Sebelum itu, peneliti akan menampilkan kembali hipotesis penelitian yang terdapat di bab sebelumnya. Hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

- a. H₀: tidak terdapat pengaruh dari intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- b. H_a: terdapat pengaruh dari intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Nilai korelasi dalam pearson product moment disimbolkan dengan r (rho) yang berkisar antara -1 sampai dengan 1. Jika nilai $r = -1$ menandakan bahwa terdapat hubungan yang negative antar variabel. Apabila nilai $r = 0$, dapat dikatakan tidak terdapat hubungan antar variabel. Sedangkan jika nilai $r = 1$, memiliki arti terdapat hubungan yang

positif antar variabel. Landasan pengambilan keputusan yang digunakan adalah:¹³⁶

- a. Apabila nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan terdapat pengaruh antara dua variable penelitian.
- b. Apabila nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh antara dua variable penelitian.

Tabel 4.32
Hasil Uji Pearson Product Moment

		Correlations	
		Intensitas menonton	Kualitas Ubudiyah
Intensitas menonton	Pearson Correlation	1	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Kualitas Ubudiyah	Pearson Correlation	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig. sebesar 0.000. Dapat diartikan $0,000 < 0,005$ dan menjadikan

¹³⁶ Nanang Martono, *Statistika Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS*. (Yogyakarta: Gava Media,2010), 243

H1 diterima dan H0 ditolak atau dapat dikatakan terdapat pengaruh antar variabel satu dengan variabel yang lain. Sehingga dapat diambil kesimpulan intensitas menonton drama Korea memiliki pengaruh terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kekuatan hubungan antar variabel dapat ditunjukkan melalui nilai korelasi. Untuk memberikan penafsiran yang tepat terhadap koefisien korelasi, maka dapat berpedoman pada tabel nilai korelasi dan interpretasi nilainya pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.33

Interpretasi nilai korelasi Pearson Product Moment

Nilai	Makna
0,00 - 0,19	Sangat Lemah
0,20 - 0,39	Lemah
0,40 - 0,59	Cukup,
0,60 - 0,79	Kuat,
0,80 - 1,00	Sangat Kuat

Untuk mengetahui tingkat hubungan variabel X dan Y, maka nilai *pearson correlation* dicocokkan dengan tabel interpretasi nilai. Jika mengacu pada tabel 4.32, diketahui nilai *pearson correlation* 0,710 sehingga dapat disimpulkan tingkat hubungan antara variabel X dan Y dalam penelitian ini memiliki signifikansi yang kuat.

Landasan yang digunakan dalam menerima atau menolak sebuah hipotesis yakni:

- 1) Apabila r hitung $>$ r tabel atau nilai *pearson correlation* $>$ *level of significant*, maka H_1 diterima.
- 2) Apabila r hitung $<$ r tabel atau nilai *pearson correlation* $<$ *level of significant*, maka H_1 ditolak.

Berdasarkan tabel 4. 2 nilai *pearson correlation* (r hitung) adalah 0,710. Sedangkan nilai r tabel untuk 50 orang dengan *level of significance* 5% (r tabel) adalah 0,297. Dapat ditarik kesimpulan bahwa $0,710 > 0,297$ yang berarti r hitung lebih besar daripada r tabel. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perspektif Teoritis

Dalam pembahasan perspektif teoritis peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan dan didapat dengan menyebar angket kepada responden. Setelah melakukan uji korelasi *pearson product moment* dengan alat bantu SPSS versi 20, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa intensitas menonton drama Korea memiliki pengaruh terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

Berdasarkan pengujian data menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*, didapatkan nilai 0,710 sehingga dapat diketahui terdapat hubungan positif dengan signifikansi yang kuat antara intensitas menonton drama Korea dengan kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Hasil ini sesuai dengan teori yang di uji dalam penelitian ini, yaitu teori

kultivasi. Teori kultivasi berpendapat bahwa media memiliki pengaruh kepada penggunaanya baik secara langsung maupun tidak langsung dapat mengubah perilaku seseorang. Dalam penelitian ini pengaruh intensitas menonton drama Korea berpengaruh kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Sehingga, meskipun menonton Drama Korea secara intens kualitas ibadah mahasiswa tidak terganggu atau mengalami kemerosotan.

2. Perspektif Keislaman

Sedangkan dalam pembahasan perspektif keislaman yakni bagaimana ketika suatu media mampu mempengaruhi aspek konatif dalam hal ini kualitas *ubudiyah* seseorang, merupakan hal yang baik akan tetapi tidak seharusnya seorang muslim melakukan sesuatu secara berlebih-lebihan, yang merupakan sifat yang Allah tidak sukai hal ini dijelaskan dalam firman Allah:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ
وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ

*Artinya: "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."*¹³⁷

¹³⁷ Al-Qur'an, A'raf: 31

Drama Korea merupakan salah satu media yang digunakan untuk mengenalkan budaya Korea kepada publik termasuk menggambarkan citra masyarakat Korea dalam kehidupan. Sehingga ketika media ini ditonton terus menerus dan tertanam dalam pola pikir dan dapat menyebabkan perubahan pada diri seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Ketika individu tersebut dibekali dengan pengetahuan keagamaan maka dia akan dapat memisahkan antara hal yang wajib dan hal mubah, sehingga tidak berdampak buruk pada keseharian. Namun, sebaliknya jika tidak dibekali dengan pengetahuan keagamaan maka akan berdampak buruk pada perilaku yang lain. Hal seperti ini telah diperingatkan oleh Allah dalam firmanNya:

قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ غَيْرَ الْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعُوا
 أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ وَأَضَلُّوا كَثِيرًا وَضَلُّوا عَنْ
 سَوَاءِ السَّبِيلِ

*Artinya : "Katakanlah: "Hai Ahli Kitab, janganlah kamu berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang telah sesat dahulu (sebelum kedatangan Muhammad) dan mereka telah menyesatkan kebanyakan (manusia), dan mereka tersesat dari jalan yang lurus."*¹³⁸

¹³⁸ al-Qur'an, Al-Maidah : 77

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai Pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya hasilnya diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji korelasi pearson product moment yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,710. Kemudian nilai koefisien atau r hitung dibandingkan dengan r tabel berjumlah 50 responden dengan taraf signifikansi 5% yang bernilai 0,297. Hasilnya adalah r hitung $>$ r tabel atau $0,710 > 0,297$ yang mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang berarti hasil penelitian ini menandakan adanya pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Dengan nilai koefisien sebesar 0,710 maka tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y adalah kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki signifikansi yang kuat. Simpulan ini dapat menjawab rumusan masalah seberapa signifikan pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas *ubudiyah* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

B. Saran dan Rekomendasi

1. Secara Akademis

Diharapkan bagi penelitian selanjutnya di masa mendatang dapat memakai alat ukur yang baik sehingga dalam uji keterbacaan data pada pernyataan di kuisioner akan terkonstruksi dengan baik. Serta, menambahkan variabel lainnya baik sebagai variabel bebas ataupun terikat. Demikian juga berkenaan dengan pemakaian responden yang lebih variatif, berjumlah besar dan merata sehingga hasil penelitian bersifat lebih umum dan luas.

2. Secara Praktis

Bagi para responden dan penonton drama Korea yang lain sebaiknya bijak dalam menonton drama Korea dan dapat mengatur waktu agar tidak melalaikan hal-hal yang wajib. Menonton drama Korea boleh-boleh saja, asal menonton dengan frekuensi dan durasi yang sewajarnya. Hendaknya responden dan penonton dapat menyeleksi tontonan yang ditonton agar lebih bermanfaat.

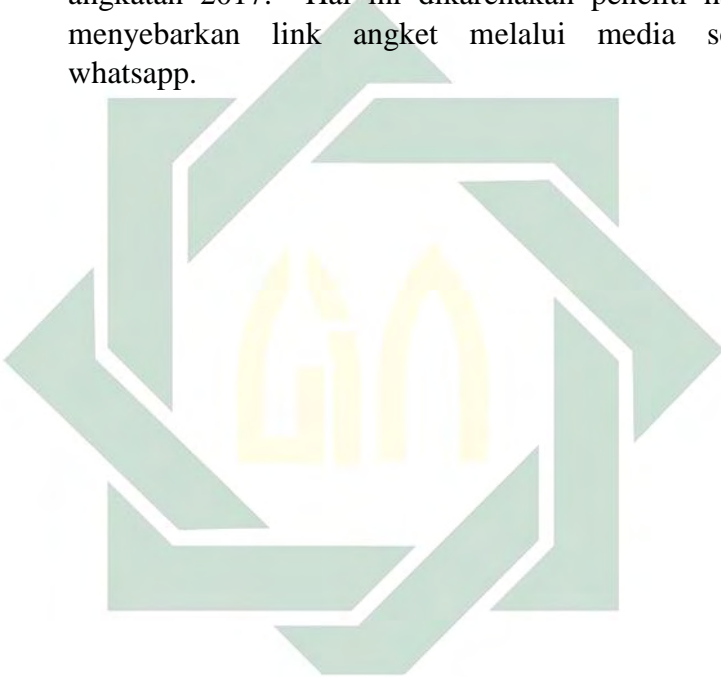
C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini tentunya terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasan, peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian ini. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 50 orang karena keterbatasan waktu.
2. Dalam penelitian ini, peneliti tidak ikut mendampingi responden dalam proses pengisian angket. Hal ini disebabkan penyebaran angket dilakukan secara daring

melalui link google form yang disebar melalui whatsapp.

3. Persebaran angket tidak merata ke setiap angkatan mahasiswa KPI. Pendistribusian yang tidak merata ini dapat dilihat dari mayoritas responden yang berasal dari angkatan 2017. Hal ini dikarenakan peneliti hanya menyebarkan link angket melalui media sosial whatsapp.



DAFTAR PUSTAKA

- al-Asqalani, Ibnu Hajar. *Fathul Bari*. Maktabah al Syamilah , juz.2.
- Al-Fairuzabadi. *al Qamus al Muhith*, Beirut: Muassasah al Risalah, 2005.
- Alimun, Hidayat Aziz. *Metoden Penelitian dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika, 2007.
- Al-Qusyairi. *Risalah Qushairiyyah*, Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2013.
- Amir, Syarifuddin. *Garis-Garis Besar Fiqh*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).
- Ardia, Velda. “Drama Korea dan Budaya Populer.” *Jurnal Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta*, vol.2, no.3 (Agustus, 2014)
- Ardianto, Elvinaro dkk. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- As sakandari, Ibnu Athaillah. *Kitab Al-Hikam: Jalan Kalbu Para Perindu Allah SWT*, Shahih: 2015.
- Aulia, Nur dkk. “Analisis Hubungan Faktor Risiko Bunuh diri dengan Ide Bunuh Diri pada Remaja.” *Jurnal Keperawatan* Vol. 11, no.4 (Januari, 2017)
- Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Baqi, Muhammad Fu’ad Abdul. *Lu’luu wal marjan: Shahih Bukhari-Muslim*, terj. Muhammad Ahsan bin Usman. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017.
- Biagi, Shirley. *Media Impact: Pengantar Media Massa*, terj. Mochammad irfan dan Wulung Wira Mahendra. Jakarta: Salmeba Humanika, 2011.

- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group,
- Chaplin J. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Cresswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, terj. Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Danim, Sudarwan. *Ilmu-Ilmu Perilaku*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Danim, Sudarwan. *Media Komunikasi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Daud, Muhammad. *Pendidikan Agama Islam*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Tesaurus Alfabetis Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa*. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2009.
- Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Eckersley, M (ed.). *Drama from the Rim: Asian Pacific Drama Book 2nd ed*. Melbourne: Drama Victoria, 56.
- Effendy, Onong Uchajana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997.
- Eriyanto. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara
- Falah, Roby Johan. “Pilihan Media Massa Sebagai Sumber informasi Informasi Bagi Remaja di Kelurahan Ngagel Rejo Kota Surabaya.” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Fathoni, Ahmad. *Petunjuk Praktis Tahsin Tartil Al-Qur’an Metode Maisura*, Jakarta: Institut PTIQ Jakarta & Pesantren Takhasus IIQ Jakarta, 2016.

- Fitri, Diana Annisa. “Pengaruh Drama Korea Terhadap Karakter Mahasiswa PAI (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).” UIN Raden Intan Lampung, 2019.
- Frisnawati, Awaliya. “Hubungan antara Intensitas Menonton *Reality Show* dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial pada Remaja.” *Emphaty: Jurnal Fakutas Psikologi*, Vol.1, No.1, (n.d).
- Ginari, Nurisa Dara. “Intensitas Menonton Korean Drama dan *Fashion* Remaja Putri di Surakarta (Studi Korelasi Menonton Korean Drama Dengan *Fashion* Siswi di SMA Negeri 3 Surakarta Tahun 2011).” Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011.
- Gunawan, Imam. *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016. Pujihastuti, Isti. “Prinsip Penulisan Kuisisioner Penelitian.” *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah* Vol.2, No. 1 (Januari, 2016)
- Herpina, Amsal Amri. *Dampak Ketergantungan Menonton Drama Korea Terhadap Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Syiah Kuala*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah. Volume 2, Nomor 2:1-13. Januari 2017.
- Hijrana. Skripsi Hubungan Frekuensi Menonton Drama Korea Dengan Perilaku Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan komunikasi UIN Alauddin Makassar. 2017
- Holmes, David. *Teori Komunikasi Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Ibnu Mas’ud dan Zaenal Abidin, Fiqh Madzab Syafi’I. Imam al Ghazali, *Ihya’ Ulumuddin*, jilid 2, terj. Ismail Yakub, MA. SH., Op.Cit.
- Islamiyati, Amy Nur. “Drama Korea dan Khalayak (Penerimaan Perempuan Indonesia Terhadap Budaya dan Sosok Laki-

- laki yang ditampilkan dalam Tayangan Drama Korea).” Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.
- Istanti, Nerissa Arviana. “Intensitas Menonton Tayangan Drama Korea dan Kebahagiaan Mahasiswa”, *Jurnal Mahasiswa Yogyakarta* Vol.1, No.1 (Januari, 2020)
- Ivan Ibnu Salam dkk. *Hubungan antara Terpaan drama Korea di Televisi dengan Gaya Hidup Penonton*. eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol. 1., N0.1 (2012)
- Jumiati. “Efek Suka Menonton Tayangan Drama Korea Terhadap Aktivitas Salat Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.” IAIN Antasari Banjarmasin, 2015.
- Katsier, Ibnu. *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsir*, terj. Salim Bahreisy dan Said Bahreisy. Surabaya: Bina Ilmu, 2000.
- Khuzairi, Muhammad dan Nasrun. “Pengaruh Layanan Bimbingan Kelompok Teknik Diskusi Terhadap Kebiasaan Menonton Film Sinetron di SMP Negeri 1 Batang Kuis.” *Jurnal Psikologi Konseling* Vol. 3, no.2 (Februari, 2016)
- Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism. *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*. Seoul: Korean Culture and Information Service, 2011.
- Laela, Misbakhul. “Etnografi Virtual (Kajian Terhadap Fanspage K-POP dan K-drama Indonesia.” Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017.
- M. Shodiq. *Kamus Istilah Agama*, Jakarta: Bonafida Cipta Pratama, 1991.
- Mansur, Yusuf. *Semua Bisa Jadi Pengusaha*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2012.
- Mansyur, Syaikh Mustafa. *Berjumpa Allah Lewat Shalat*. Jakarta: Gema Insani Press, 1996.

- Marinescu, Valentina (ed.). *The Global Impact Of South Korean Culture: Hallyu Unbound*. New York: Lexington Books, 2014.
- Martono , Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Pers, 2011.
- Mawaddah, Iffah. “Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun Youtube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Michico, Nathania Riris, “Drastis, Korsel Hadapi Krisis Kesehatan Mental”, *iNews.id*, 03 Desember 2019 diakses dari <https://www.inews.id/news/internasional/angka-bunuh-diri-meningkat-drastis-korsel-hadapi-krisis-kesehatan-mental>.
- Muhammad Gazali, *Al-Jānib al- ‘Āṭifiy min al-Islām, Baḥṡ fī al-Khuluq wa al-Sulūk wa Tahdhīb al-Nafs* Damsyiq, Dār Al-Qalam, 2005.
- Muhammad Saad. “Virus *K-Pop* dan Dekonstruksi Aqidah”, *Hidayatullah*, 5 April, 2012 diakses dari <https://www.hidayatullah.com/>
- Munir. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Musfiqon. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prestasi Pusta Karya, 2012.
- Mustafa, Ibrahim. *al Mu’jam al-Wasith* (Al-Qahirah: Maktabah Al Shuruq, 2004)
- Nasution, Rinaldi. “Pengaruh Pengalaman Spiritual Ibadah Haji Terhadap Perubahan Perilaku Keagamaan Jamaah Haji

- di Kelurahan Aek Tampang Kota Padangsidimpuan.” Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017.
- Nilai r Tabel Product Momet Lengkap*, diakses pada Januari 2021 dari <https://www.spssindonesia.com>
- Nilamsari, Natalina. “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal Wacana* Vol. 8, N0.2 (April, 2017)
- Notoatmojo, Soekidjo. *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Nurmala K, Nando. “Pandjaitan, Hubungan antara Perilaku Menonton Film Kekerasan dengan Perilaku Agresif Remaja.” *Jurnal Sosiologi Pedesaan* Vol. 1, No.6 (n,d.).
- Partono. “ Ideologi Pendidikan Pesantren dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Ibadah Sholat Santri Ponpe Khozinatul Ulum Blora. *eJournal Iklila* Vol .1 No 2 (Desember, 2018).
- Proceeding Seminar dan Lokakarya Nasional Revitalisasi Laboratorium dan Jurnal Ilmiah dalam Implementasi Kurikulum Bimbingan dan Konseling Berbasis KKNI, Malang 4-6 Agustus 2017.
- Pupitasari, Wulan dan Yosafat Hermawan. “Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers Di Surakarta.” *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosial Antropologi*, Vol.3, no.2 (Oktober 2017)
- Putri, Adinda. “Pengaruh Intensitas Mengakses Youtube Channel Gita Savitri Dalam Segmen Beropini Terhadap Perilaku *Modelling Followers* Remaja.” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

- Putri, Idola Perdini dkk. “K-Drama dan penyebaran Korean Wave di Indonesia.” *Jurnal ProTVF*, Volume 3, no.1 (Februari, 2016)
- Putro, Sri Raharjo Saptono. “Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Di Sekolah Tinggi Dibawah Yayasan Bani Saleh).” *Jurnal Gerbang*, Volume 9, No. 2 (Juli, 2015)
- Rabbani, Fera Amalia. “Pengaruh Pemakaian Jilbab Terhadap Perilaku Moral Mahasiswi.” Universitas Pasundan Bandung, 2017.
- Raharjo, Sri SP. Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Di Sekolah Tinggi Dibawah Yayasan Bani Saleh), *Jurnal Gerbang*, Volume 9 No. 2 Agustus 2019.
- Rahman Nablur. “Larangan Tasyabbuh Dalam Perspektif Hadits.” *Jurnal Pemikiran KEislaman dan Kemanusiaan* Vol.1, no.1 (Februari 2015)
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Ramadhani, Kurnia Zahroh Shaluhayah dan Antono Suryaputro. “Bisakah Film Drama Korea Membuat Remaja Kita Aman dari Hubungan Seks Pranikah dan HIV-AIDS?.” *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia* volume 9 no.1 (n.d.)
- Reber, Arthur S. *Dictionary Of Psychology*. London: Penguin Book, 1985.
- Republik Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan tahun 1998.
- Romli, Khomsahrial. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo, 2016.

- Salim, Agus. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya, 2001.
- Saputra, Devid. “Pengaruh Status Mukim dan Perilaku Mahasiswa Terhadap Kedisiplinan Menjalankan Ibadah. Shalat Subuh Berjamah di Masjid”. *Jurnal Al Nidzom* Vol. 3, No. 4 (Maret 2017).
- Sayid Ahmad Al-Hasyimi, *Terjemah Mukhtarul Ahadis*. 12 Jakarta: Pustaka Amani
- Sayyid Sabiq. *Fiqih sunnah 1*. Cet 10 Bandung: Al Ma’arif, 1990.
- Setyawati, Febrina Eka. “Pengaruh Menonton Tayangan Acara Hafiz Indonesia di RCTI Terhadap Minat Menghafal Al-Qur’an Siswa-Siswi Sekolah Dasar Islam Kota Blitar.” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.
- Shim, Doobo. “Hybridity and The Rise of Korean Popular Culture”, *SAGE Publications* (Januari, 2005)
- Singgih, Santosa. *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT. Elex Multi Komputindo, 1999.
- Siregar, Sofiyah. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kuantitatif, kuantitatif dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: CV . Alfabeta, 2010.
- Sulaiman, Wakid. “Study Analisa Hukum Islam Terhadap Pasal 345 KUHP Tentang Membujuk Orang Agar Bunuh Diri.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 1996.
- Sulthon, Muhammad. *Menjawab Tantangan Zaman: Desain Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

- Syafei, Imam. *Pendidikan Agama Islam Berbasis Karakter Di Perguruan Tinggi*. Jakarta: Rajawali Pres, 2014.
- Syarh An Nawawi 'ala Muslim, 3/133, Mawqi' Al Islam (Maktabah Syamilah)*
- Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media: Cerdas Bemedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Valentina, Annisa, Ratna Istiyani. "Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan", *Jurnal Pemikiran sosiologi* Volume 2, No. 2 (Januari, 2017).
- W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1976.
- Wiryanto. *Pengantar ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana, 2008.
- Yulawati, Livia. *Panduan Bijak Mengenal Budaya Populer Korea: Korean Wave*, Jakarta: Pena Nusantara, 2014.
- Yusuf, Ali Anwar. *Studi Agama Islam*, Bandung:CV Pustaka setia, 2003.