

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan teknologi memberikan dampak dalam kehidupan sehari-hari, dari kalangan anak-anak hingga kalangan dewasa, menggunakan teknologi yang membantu kebutuhan sehari-hari, sehingga membuat kita menjadi tergantung kepada teknologi.

Media elektronik dalam dunia media, merupakan wujud dari media massa yang memiliki fungsi menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tidak hanya itu, televisi juga memiliki ciri khas sendiri yang tidak memiliki media lain, yaitu dapat menyajikan gambar serta suara narasumber di saat bersamaan. Isi pesan televisi berasal dari narasumber yang resmi tentang suatu isu yang beres di masyarakat. Media televisi menyampaikan pesannya harus singkat dan jelas. Cara penyampaian kata per kata harus benar, intonasi suara dan artikulasi harus tetap dan baik.

Salah satu contoh fungsi media massa sebagai media hiburan yang saat ini sedang marak di kalangan masyarakat Indonesia ialah budaya pop Korea. Budaya pop Korea adalah budaya Korea yang ringan dan dikemas secara menarik yang dapat diakses melalui media baik Televisi, Internet, Majalah tabloid, dll. Hal ini mencakup dari salah satu media yaitu televisi yang banyak di konsumsi oleh publik, terbukti dengan banyaknya tayangan video klip Korea (*music bank*) dan musik pop (*K-pop*) yang mulai bermunculan di media massa Indonesia maupun dalam media lokal Indonesia dan dikenal dengan istilah *K-pop*.

Televisi merupakan media elektronik yang paling mudah dijangkau dan diminati oleh semua kalangan dan semua umur, dan memberikan pengaruh besar terhadap pengetahuan, motivasi, serta perilaku penontonya. Kekuatan audio visual yang dimiliki televisi mampu sugestif tayangan ini meluas langsung pada khalayak luas, Seperti yang kita ketahui, *boyband* dan *girlband* Korea cukup dinikmati khalayak di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sekitar 73% semua konsumen media massa yang menggunakan internet meningkat dari \$8 miliar pada tahun 2000 menjadi \$23 miliar pada tahun 2008.¹ sampai tahun 2009 sekitar 40 juta orang Indonesia menggunakan Internet. Angka ini paling tinggi di Asia Tenggara, tetapi jika dibandingkan dengan rasio jumlah penduduk tetap kalah oleh negara-negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia yang juga penggemar fanatik K-pop *boyband* atau *girlband*. *Boyband* maupun *girlband* terdiri sebuah grup terdiri dari 3 sampai 12 anggota personel baik khusus laki-laki maupun perempuan yang berfokus pada penampilan. Dengan bias-bias wajah yang menari dan bernyanyi dengan ciri khas grup masing-masing, dan ditayangkan melalui Youtube setiap minggu dengan angka chart, sampai tahun 2010 diperkirakan pengguna jejaring youtube sudah mencapai 500 triliun orang.²

Tayangan Video Klip Pop Korea (K-pop) dan keberhasilan merebaknya budaya Korea melalui tayangan video yang begitu menggiurkan bagi para remaja perempuan yang ada di Indonesia dan sasaran utamanya adalah remaja perempuan, di beberapa negara di dunia tidak lepas dari peran media massa.

Tidak dapat dipungkiri efektivitas yang terjadi pada remaja pada tayangan tersebut saat ini mencapai 75%³. Tidak hanya dipengaruhi dari segi gaya hidup saja, tetapi juga tidak sesuai dengan teori norma-norma budaya.

Sekitar 73% semua konsumen media massa yang menggunakan internet meningkat dari \$8 miliar pada tahun 2000 menjadi \$23 miliar pada tahun 2008.⁴ sampai tahun 2009 sekitar 40 juta orang Indonesia menggunakan internet. Angka ini paling tinggi di Asia Tenggara, tetapi jika dibandingkan dengan rasio jumlah penduduk tetap kalah oleh negara-negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia yang juga penggemar fanatik K-pop *boyband*. Sampai tahun 2010 diperkirakan pengguna jejaring Youtube sudah mencapai 500

¹ Shirley Biagi : Media/Impact : *Penagtar Media Massa* 2010) hal 13

² Dr.Atwar Bajari & Drs. S. Salaha Tua Saragih : *Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer* 2010) hal 467

³ *Tabloid Gaul* : (Edisi 243 (Maret-April)) 2011) hal 14

⁴ Shirley Biagi : Media/Impact : *Penagtar Media Massa* 2010) hal 13



triliuin orang.⁵Media internet menjadi media massa sekaligus sistem pengiriman yang terintegrasi bagi media tradisional cetak, audio dan video.

Dan fenomena ini menjadi pola hidup yang cenderung dicontoh siswi, perilaku meniru gaya yang diterapkan pada kehidupan sehari-hari, menjadi sebuah tombak yang mencerminkan perilaku siswi pada kehidupan sehari-hari, tidak sampai disitu saja, mereka juga terobsesi untuk mempelajari bahasa Korea. Pengaruhnya, saat ini tempat kursus bahasa Korea semakin menjamur, contohnya salah satu tempat kursus bahasa yaitu balai bahasa UPI juga kebanjiran siswa yang ingin belajar bahasa Korea. Balai bahasa UPI membuka kelas bahasa Korea dengan biaya Rp.215.000/bulan. Tak ketinggalan pula, segala atribut yang berlabel Korea menarik minat mereka, mulai dari produk-produk elektronik seperti *Samsung* dan *LG*, alat *make-up* seperti *Etude House* dan *The Face Shop*, *store fashion* yang menjual *fashion* Korea seperti store muji yang berada di Paris Van Java dan Bandung Super Mall, serta restoran makanan khas Korea. Mereka berusaha untuk menunjukkan identitas mereka lewat produk-produk yang mereka gunakan sehingga tampak seperti orang Korea.

Fenomena ini menjadi salah satu hal, program musik *video Musik Bank K-pop* adalah siswi SMA N 5 Bukittinggi, karena sebagai siswi mode tren terbaru adalah hal penting saat ini *video klip K-pop* ini juga menyuguhkan seputar informasi tayangan yang bergenre drama-drama atau tarian-tarian khas *boyband* atau *girlband*.

Fenomena menarik tentang perilaku siswi yang banyak meniru gaya berpakaian di k-pop membuat peneliti tertarik, karena merupakan sebuah tantangan baru dan baik untuk diteliti dikalangan siswi saat ini. Fenomena yang ganjil dan kurang mempunyai makna edukasi menjadi masalah dikalangan remaja perempuan yang ada Indonesia, salah satunya, Kota Bukittinggi Sumatera Barat, daerah yg terletak antara Provinsi Sumatera Utara dan berbatasan dengan Provinsi Riau, serta kota yang tidak asing dengan jam

⁵ Bajari Atwar & Saragih Salaha : Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer 2010 hal 467

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gadang yang menjadi ikon kota ini. Dan kota ini termasuk menjadi salah satu sasaran empuk dari tayangan K-pop musik video boyband tersebut.

B. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah dan menghindari kesalah pahaman dalam penafsiran pemakaian kata-kata istilah, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah mengenai hal tersebut yang nantinya akan menjadi pegangan dalam penelitian ini.

1. Pengaruh

Pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Pengaruh dapat dikatakan mengena jika perubaha (P) yang terjadi pada penerima sama dengan tujuan (T) yang diinginkan oleh komunikator (P=T), atau seperti rumus yang dibuat oleh Jamias (1989), yaitu pengaruh (P) sangat ditentukan oleh sumber, pesan, media, dan penerima (P=S/P/M/P).⁶

2. Video Klip

Menurut *Moller* (2011: 34) menjelaskan bahwa video klip adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu, video klip modern berfungsi sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan sebuah album rekaman. Dijelaskan bahwa video klip adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan-ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumen nya dan penampilan band, kelompok musik untuk mengenalkan dan memasarkan produk (lagu) agar masyarakat dapat mengenal dan selanjutnya membeli kaset, CD, DVD.⁷

3. Korean Pop (K-POP)

⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 165.

⁷ Ahmad Syarif, *Pengantar Media : dalam konteks Faktor media dan jenis Penyuntingan Film*”, *Jurnal Dunia Komunikasi* Vol. 4 No.21 (Febuari 2012), 2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Korean pop (K-Pop) adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sudah menembus batas dalam negeri dan populer di manca negara. Kombinasi terkenalnya drama dan musik Korea (istilah K-Pop saat itu belum ada). Musik pop Korea pra-modern pertama kali muncul pada tahun 1930-an akibat masuknya musik pop Jepang yang juga turut memengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea. Penjajahan Jepang pada Korea, juga membuat genre musik Korea tidak bisa berkembang dan hanya mengikuti perkembangan budaya pop Jepang pada saat itu. Pada tahun 1950-an dan 1960-an, pengaruh musik pop barat mulai masuk dengan banyaknya pertunjukkan musik yang diadakan oleh pangkalan militer Amerika Serikat di Korea Selatan.⁸

4. Perilaku

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.⁹

5. Siswa/Siwi

Menurut Undang-undang Pendidikan No. 2 Th. 1989 : Mengacu dari beberapa istilah murid, murid diartikan sebagai orang yang berada dalam taraf pendidikan yang dalam berbagai literatur murid juga disebut sebagai anak didik.

⁸ Amalia Izzati , Analisis Pengaruh Musik Korea Populer terhadap Gaya Hidup di kalangan Remaja”, Jurnal Analisis Pengaruh Vol 1. No 1 (Desember 2014),01

⁹Notoatmodjo, 2003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. SMA N 5 Bukittinggi

SMA N 5 Bukittinggi terletak di Provinsi Sumatera Barat tepatnya di kota Bukittinggi, terletak didekat jantung kota Bukittinggi dijalan Datuak Ameh Mangkuto, tempat yang strategis. Dan termasuk sekolah favorit yang ada di kota Bukittinggi.¹⁰

7. Permasalahan

1) Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Seberapa besar pengaruh program musik *video klip K-pop* di KBS World dan Youtube chart channel terhadap perilaku siswi SMA N 5 Bukittinggi?
- b. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku siswi SMA N 5 Bukittinggi?

2) Batasan Masalah

Pembatasan masalah ditujukan agar ruang lingkup penelitian dapat lebih jelas dan terarah sehingga tidak mengaburkan penelitian. Adapun pembatasan masalah yang akan diteliti adalah:

Penelitian ini dilakukan terbatas hanya pada program musik *Bank K-pop* di KBS World dan Youtube Chart Channel terhadap perilaku siswi SMA N 5 Bukittinggi.

- a. Yang ditayangkan di M-Wave televisi di KBS World pada pukul 19.21 WIB atau Internet di Youtube Chart setiap minggu pada pukul 19.21 WIB
- b. Subyek penelitian ini adalah penonton *video klip K-pop* di kalangan siswi SMA N 5 Bukittinggi
- c. Obyek penelitian ini adalah pengaruh perilaku penonton kalangan siswi SMA N 5 Bukittinggi, siswi kelas 1 sampai 2 mengenai tayangan *video klip K-pop*

¹⁰ Sumber Data SMA N 5 Bukittinggi pada tanggal 4 Januari 2017 pukul 10.40 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Rumusan Masalah

Maka rumusan masalah yang didapat adalah “Apakah ada pengaruh signifikan dari program musik *video klip K-pop* di KBS World dan Youtube Chart Channel terhadap perilaku siswi SMA N 5 Bukittinggi?

4) Tujuan dan Kegunaan Penelitian

A. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan terhadap suatu masalah sudah pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai, demikian pula dalam penelitian ini yang mempunyai tujuan sebagai berikut: untuk mengetahui pengaruh program musik *video klip K-pop* di KBS World dan Youtube Chart Channel terhadap perilaku siswi SMA N 5 Bukittinggi.

B. Kegunaan Penelitian

Oleh karena itu penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap berbagai pihak yaitu :

- a. Secara Akademis :
 - 1) Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap studi ilmu komunikasi di Universitas UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 - 2) Sebagai bahan referensi bagi yang berminat melakukan penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini
 - 3) Persyaratan bagi tugas akhir untuk mendapatkan gelar S1 pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
- b. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh media dari komunikasi massa khususnya program acara yang ditayangkan di televisi terhadap kehidupan masyarakat.
- c. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak KBS World Indonesia baik produser

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sampai tim kreatif program acara *Video Klip K-Pop* yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini.

C. Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah terarah, penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan masing-masing bab. Untuk pengajuan proposal penulis membagi menjadi tiga bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. Adapun susunan sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang teori, kajian terdahulu, definisi konseptual variabel dan hipotesis

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Didalam bab ini tertera jenis pendekatan, lokasi, sumber data, informasi penelitian teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Gambaran umum lokasi penelitian terdiri dari sejarah berdirinya KBS World dan youtube chart channel dalam program tayangan acara musik K-pop dan SMA N 5 Bukittinggi , Visi, Misi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran, kesimpulan diperoleh dari hasil penelitian berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian. Bab ini juga berisikan saran-saran penulis yang ditarik

berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dan diharapkan akan dapat memberi sedikit masukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

