

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kajian Literatur

#### 1. Motivasi

##### a. Pengertian Motivasi

Definisi Motivasi adalah perubahan energi dalam diri (pribadi) seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan.

Motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya “feeling” dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Motif dan sikap (attitude) merupakan pengertian-pengertian yang utama dalam uraian kegiatan dan tingkah laku manusia, baik secara umum maupun secara khusus dalam interaksi sosial. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakekatnya mempunyai motif. Tingkah laku juga disebut tingkah laku secara refleks dan berlangsung secara otomatis dan mempunyai maksud-maksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi manusia. Motif-motif manusia dapat bekerja secara sadar dan juga tidak sadar bagi diri manusia (Sardiman, 2006:73).

Menurut Sobur (2011:443), motivasi seseorang dapat timbul dan tumbuh berkembang melalui dua aspek, yaitu:

1. Instrinsik (Diri Sendiri)

Bermakna sebagai keinginan dari diri sendiri untuk bertindak tanpa adanya rangsangan dari luar. Motivasi instrinsik akan mendorong seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan serta memberi keteraturan atau ketertiban dalam belajar, kebutuhan, harapan, minat, dan sebagainya.

2. Ekstrinsik (Lingkungan)

Bermakna sebagai motivasi yang datang dari luar individu yang tidak dapat dikendalikan oleh individu tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi Motivasi, yaitu:

1. Faktor Internal, adalah faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang yang berasal dari dalam diri sendiri.
2. Faktor Eksternal, adalah faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang yang berasal dari luar diri.

- b. Unsur Dari Motivasi

Tingkah laku bermotivasi dapat dirumuskan sebagai tingkah laku yang di latar belakanginya oleh adanya kebutuhan dan diarahkan pada pencapaian suatu tujuan, agar suatu kebutuhan terpenuhi dan suatu kehendak terpuaskan (Sobur, 2011:446). Adapun unsur dari motivasi sebagai berikut:

1. Kebutuhan

Motif pada dasarnya bukan hanya dorongan fisik, tetapi juga orientasi kognitif elementer yang diarahkan pada pemuasan kebutuhan.

2. Tingkah Laku

Semua perilaku merupakan serentetan kegiatan. Sebagai manusia kita selalu melakukan sesuatu seperti berjalan-jalan, berbicara, makan, tidur, bekerja, dan sebagainya. Dan semua itu pada dasarnya ditujukan untuk mencapai tujuan.

3. Tujuan

Unsur ketiga dari motivasi ialah tujuan, yang berfungsi untuk memotivasi tingkah laku. Sebab, selain ditentukan oleh motif dasar, tingkah laku juga ditentukan oleh keadaan dari tujuan. Jika tujuannya menarik, individu akan lebih aktif bertingkah laku.

- c. Komponen Motivasi

Komponen motivasi menurut Sobur (2011:449), yaitu:

1. Keinginan (*Valency*)

*Valance* juga dapat didefinisikan setiap hasil mempunyai nilai atau daya tarik bagi orang tertentu.

2. Keyakinan (*Outcome Expectancy*)

*Outcome expectancy* berarti setiap individu percaya bahwa individu berperilaku dengan cara tertentu dan akan memperoleh hal tertentu.

### 3. Harapan (*Effort Expectancy*)

*Effort expectancy* berarti setiap hasil berkaitan dengan suatu persepsi mengenai seberapa sulit mencapai hasil tersebut.

## 2. Komunitas FBK (Fandom Blood Kpop) Pekanbaru

Komunitas atau Community dapat diterjemahkan sebagai “masyarakat setempat” yang menunjuk pada warga sebuah desa, kota, suku, atau bangsa (Soekanto, 2010:132).

Ralp Linton menyatakan bahwa masyarakat merupakan sekelompok manusia yang telah hidup dan bekerja sama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas (Soekanto, 2010:132).

Di Pekanbaru terdapat salah satu komunitas *K-pop* dari berbagai komunitas yaitu Fandom Blood *K-Pop* yang disingkat FBK Pekanbaru. Komunitas ini sudah berdiri sejak tiga tahun yang lalu yaitu tepatnya tanggal 8 maret 2014 dengan hanya mempunyai 9 member, namun dengan seiring berjalannya waktu dan juga Komunitas FBK Pekanbaru mulai dikenal luas remaja Pekanbaru sehingga mencari informasi dan semakin banyak yang ingin bergabung dengan komunitas ini, dan hingga sampai sekarang ini komunitas FBK Pekanbaru mempunyai 40 member yang tergabung dalam komunitas ini. Komunitas FBK ini adalah sekelompok orang yang menyukai apapun tentang Korea seperti musik, tari, *fashion*, makanan, drama dan film, serta gaya hidup orang korea.

Awalnya komunitas FBK ini terlahir dari komunitas bernama *K-Popers* Pekanbaru yang dibentuk pada tanggal 9 februari 2012 oleh tiga sekawan yaitu Suri, Icha, dan Puput yang sama-sama menyukai semua tentang Korea. Komunitas FBK Pekanbaru dibentuk setelah dua tahun terbentuknya *K-Popers* Pekanbaru oleh Suri dan 8 teman lainnya. Namun komunitas *K-Popers* tidak seaktif komunitas FBK, karena komunitas FBK terdapat 5 grup yang suka meniru tarian dari *Boy Band* dan *Girl Band* Korea yang sering disebut *Cover Dance* sehingga membuat komunitas ini lebih aktif dibanding *K-Popers* Pekanbaru saat ini. Adapun nama grup *Cover Dance* tersebut yaitu; *Bfriend, Pheonix, Diamon C, E-Pink* dan *Black Wings*.

Waktu untuk berkumpul para anggota komunitas FBK ini yaitu setiap hari sabtu dan minggu di jalan utama hang tuah yaitu tempat kumpul mereka dan terkadang di *café* khusus makanan Korea. Tetapi kegiatan mereka tidak hanya sekedar latihan menari ataupun ngumpul-ngumpul biasa, tetapi mereka juga sering diundang untuk tampil *Cover Dance* diacara *gathering* ataupun *K-Pop festival* yang diadakan di Pekanbaru. Terkadang mereka juga beberapa kali membuat acara yang bertemakan sosial, seperti penggalangan dana untuk korban bencana alam dan juga mengumpulkan baju-baju bekas untuk diberikan kepada anak-anak yatim piatu di panti asuhan yang ada di kota Pekanbaru.

### **3. Teori Pembelajaran Sosial Albert Bandura**

Teori belajar sosial menurut Bandura (1986) yaitu Teori Modeling, adalah satu konsep yang mengacu pada situasi atau proses belajar, dimana individu mempelajari

berbagai bentuk tingkah laku dengan jalan mengamati tingkah laku-tingkah laku yang nampak dan ditunjukkan oleh individu-individu lain. Dengan perkataan lain, modeling adalah satu konsep yang menerangkan bahwa individu mengembangkan tingkah laku-tingkah laku sebagai hasil mencontoh atau meniru tingkah laku-tingkah laku individu lain yang diamatinya. Karena faktor pengamatan (observasi) dinilai penting dalam proses belajar modeling, maka modeling itu sendiri kadang-kadang disebut dengan istilah *observational learning*. Konsep modeling ini dikembangkan oleh para penganut teori belajar yang dikenal dengan sebutan *social learning theory* (Koeswara, 1989:137).

Bandura adalah pemuka dari *social learning theory*, sekaligus sebagai pengembang utama modeling. Dengan *social learning theory*-nya, Bandura menekankan bahwa manusia tidak dipaksa-paksa atau dikuasai, baik oleh kekuatan-kekuatan internal (insting atau dorongan) maupun oleh kekuatan-kekuatan eksternal. Sebaliknya, Bandura percaya bahwa tingkah laku manusia bisa dimengerti sebagai hasil interaksi resiprokal yang kontinyu dari faktor-faktor behavioral, kognitif, dan lingkungan. Jadi, berbeda dengan para penyusun teori insting seperti Freud atau teori dorongan seperti Hull yang menekankan pada faktor-faktor internal maupun para penyusun teori belajar tradisional yang ekstrem seperti Skinner yang menekankan pada faktor-faktor eksternal, Bandura mengembangkan analisis tingkah laku yang komperhensif yang mencakup baik faktor-faktor internal maupun faktor-faktor eksternal. Bandura mengemukakan bahwa manusia tidak hanya sekedar reaktor atau pengolah stimulasi-stimulasi eksternal, melainkan merupakan makhluk yang

memiliki kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol, mengamati, memikirkan, dan memutuskan dalam pengungkapan tingkah laku. Dengan perkataan lain menurut Bandura, manusia adalah organisme unik yang memiliki kemampuan mengatur diri (*selfregulated*) dalam bertingkah laku (Koeswara, 1989:138).

Para behavioris seperti Skinner menekankan bahwa tingkah laku–tingkah laku *rewarded* atau *reinforced* memiliki probabilitas kemunculan kembali yang besar. Sedangkan tingkah laku–tingkah laku *punished* atau terhukum memiliki probabilitas kemunculan kembali yang kecil, bahkan tidak akan diulang oleh organisme. Bandura menyetujui konsepsi Skinner ini, tetapi ia mencatat bahwa konsepsi tersebut tidak sepenuhnya mampu menerangkan bagaimana tingkah laku diperoleh, dipertahankan, atau diubah oleh organisme. Tambahan pula, menurut Bandura dengan menekankan pada perkuatan eksternal, Skinner telah mengabaikan fakta bahwa manusia dengan kemampuan mengatur dirinya bisa me *reinforce* sendiri tingkah laku-tingkah laku yang dinilai pantas atau layak dan bisa menghukum dirinya sendiri bilamana mengungkapkan tingkah laku-tingkah laku yang tidak layak.

Bandura yakin bahwa individu bisa mengembangkan tingkah laku dengan pola-pola baru dalam situasi tanpa kehadiran perkuatan eksternal, melainkan cukup dengan kehadiran model yang bisa diamati dan dicontoh. Keyakinan inilah yang mengarahkan Bandura menyusun konsep modeling. Sungguhpun demikian, peranan atau fungsi dari perkuatan eksternal oleh Bandura sama sekali tidak diabaikan. Menurut Bandura, fungsi utama dari perkuatan eksternal adalah informasional

(memberikan gambaran mengenai efek-efek dari tingkah laku terhadap lingkungan) dan motivasional (Koeswara, 1989:138).

Bandura mengemukakan bahwa teori pembelajaran sosial modeling berlangsung dengan melibatkan empat proses yang saling berkaitan. Berikut ini ulasan dari empat proses yang dimaksud:

a. Proses *Atensional* (Perhatian)

Sebelum bisa mencontoh tingkah laku orang lain, seseorang terlebih dahulu perlu memperhatikan tingkah laku orang lain tersebut. Menurut Bandura, individu lebih cenderung memperhatikan dan mencontoh tingkah laku-tingkah laku yang sering disaksikannya dibanding tingkah laku-tingkah laku yang jarang disaksikan. Karakteristik dari model akan mempengaruhi proses atensi individu. Artinya, model-model yang menarik dan dikagumi akan mengundang perhatian besar, berpengaruh kuat, dan menyediakan kemungkinan yang besar pula untuk dicontoh oleh individu.

b. Proses *Retensi* (Penyimpanan)

Proses kedua yang terlibat dalam modeling adalah proses *retensi*, yakni penyimpanan informasi mengenai tingkah laku model yang telah diamati. Penyimpanan informasi mengenai tingkah laku model ini menurut Bandura melibatkan baik kode verbal maupun kode imajinal. Dengan kode verbal dimaksudkan bahwa individu menyimpan ingatan mengenai tingkah laku model dalam bentuk kata-kata atau bahasa. Bilamana tingkah laku yang telah disimpan

itu hendak diungkapkan, maka individu akan mencoba memformulasikan susunan dari tingkah laku tersebut ke dalam kalimat-kalimat (dalam hati dan ditujukan kepada diri sendiri). Sedangkan yang dimaksud dengan kode imajinal adalah, individu menyimpan ingatan mengenai tingkah laku model dalam bentuk bayangan fisik (susunan gerak). Bilamana tingkah laku tersebut hendak diungkapkan, maka individu akan mencoba membayangkan bagaimana gerak-gerak fisiknya atau bagaimana tingkah laku tersebut dilakukan secara fisik oleh model. Dalam kenyataannya, penggunaan kode verbal dan kode imajinal itu selalu berlangsung bersama dan tidak terpisahkan dalam proses retensi.

c. Proses *Reproduksi* Motorik

Proses ketiga dari modeling adalah penyalinan tingkah laku yang telah diamati dan disimpan dalam ingatan ke dalam tingkah laku aktual yang melibatkan gerak. Biasanya, penyalinan tingkah laku ini pada mulanya bersifat kaku dan menyimpang dari tingkah laku yang asli. Karenanya individu memerlukan umpan balik mengenai tingkah laku yang sedang dicoba disalinnya itu.

d. Proses *Motivasional*

Sungguhpun pengamatan atas tingkah laku model telah dilakukan dan individu memiliki gambaran yang tepat mengenai bagaimana tingkah laku-tingkah laku itu harus diungkapkan, individu tidak akan mengungkapkan

tingkah laku tersebut ke dalam tingkah laku nyata atau nampak (*overt*) apabila dia kekurangan motivasi. Bandura menekankan bahwa sesungguhnya modeling bisa terjadi tanpa adanya perkuatan eksternal, namun perkuatan eksternal itu sendiri memiliki arti penting bagi kelangsungan proses motivasional. Dalam kenyataannya, menurut Bandura, individu lebih termotivasi untuk mengungkapkan tingkah laku yang mengarahkan pada perolehan perkuatan dibanding tingkah laku yang tidak akan menghasilkan sesuatu yang berarti atau tidak memiliki nilai insentif bagi dirinya. Selain perkuatan berupa objek-objek fisik, perkuatan yang mempengaruhi motivasi tingkah laku dalam modeling itu bisa juga berupa perkuatan-perkuatan sosial (*social reinforcement*) seperti perhatian, persetujuan, afeksi, dan pujian.

#### 4. Meniru (Imitasi)

Imitasi merupakan dorongan untuk meniru orang lain. Faktor imitasi memegang peranan penting dalam interaksi sosial. Peranan imitasi dalam interaksi sosial misalnya pada anak-anak yang sedang belajar bahasa, cara berterima kasih, cara berpakaian, dan imitasi dalam perilaku. Imitasi dapat mendorong seseorang untuk melaksanakan perbuatan-perbuatan yang baik. Apabila seseorang telah dididik dalam suatu tradisi tertentu yang melingkupi segala situasi sosial, maka orang tersebut memiliki kerangka cara-cara tingkah laku dan sikap-sikap moral yang menjadi pokok pangkal untuk memperluas perkembangannya (Gerungan, 2004:63).

Proses imitasi terhadap hal-hal yang positif akan memberikan bekal kepada anak mengenai kerangka cara-cara tingkah laku dan sikap-sikap moral yang baik sehingga mengakibatkan anak mampu melakukan interaksi sosial di lingkungannya dengan lebih baik. Namun sebaliknya, anak yang melakukan imitasi terhadap suatu hal atau situasi sosial yang negatif, akan berdampak negatif pula bagi perkembangan sosial anak. Seperti halnya dalam penelitian ini siswa-siswi cenderung meniru apa saja yang ada di tayangan Korea Selatan sehingga terkadang suka meninggalkan budaya Negara sendiri.

#### 5. *Fashion*

Malcolm Barnard (2009) membagi definisi *fashion* dalam dua jenis sifat kata, yaitu kata benda dan kata kerja. Sebagai kata kerja, '*fashion*' memiliki arti kegiatan membuat atau melakukan. Dalam kamus bahasa Inggris, *fashion* sebagai kata kerja berarti membuat sesuatu, yang umumnya dengan cara-cara yang telah diimprovisasi. Sebagai kata benda, *fashion* diterjemahkan sebagai benda konsumsi yang dipakai oleh pembelinya. Nystrom mendefinisikan *fashion* sebagai tidak lebih dan tidak kurang dari pada gaya kebanyakan dalam kekinian. Gregory mengajukan definisi yang kurang lebih sama, yaitu bahwa *fashion* adalah gaya yang mendominasi dalam setiap jangka waktu tertentu. Secara lebih mendetail, *fashion* dapat diartikan sebagai suatu gaya busana yang dalam jangka waktu tertentu diadopsi oleh anggota kelas sosial dalam proposi yang dominan, karena gaya terpilih tersebut dapat dianggap sesuai secara sosial dengan waktu

dari situasi saat itu. *Fashion* dalam kata benda juga mengacu kepada setiap produk aksesoris (Ibrahim, 1996:13).

*Fashion* Korea Selatan adalah salah satu gaya berpakaian terpopuler di dunia yang sangat banyak pencintanya. Para remaja di seluruh dunia khususnya di Indonesia menjadikan *fashion* Korea Selatan sebagai *trend* masa kini, karena *style* berpakaian di Korea Selatan sangat bagus, *up to date* dan cocok untuk kalangan remaja. Dan juga gaya berpakaian Korea tidak susah untuk dicari, kita tidak perlu berbelanja ke Korea langsung tapi cukup dengan menggunakan media *social*, *fashion* ala Korea Selatan sudah bisa kita dapatkan yaitu melalui belanja *online*. Melalui *online shop* kita bisa mendapatkan apa saja yang kita inginkan, dari atas kepala sampai ujung kaki. Seperti aksesoris-aksesoris, baju, rok, celana, jaket tebal ala Korea, hingga sepatu yang lucu-lucu. Bahkan ada juga *online shop* yang khusus menjual *fashion* ala Korea Selatan yang ada di dalam drama atau film korea dan yang dikenakan oleh artis-artis yang populer.

## 6. Bahasa

Menurut Keraf dalam Smarapradhipa (2005:1), memberikan dua pengertian bahasa. Pengertian pertama menyatakan bahasa sebagai alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Kedua, bahasa adalah system komunikasi yang mempergunakan simbol-simbol vocal (bunyi ujaran) yang bersifat arbitrer.<sup>1</sup>

Lain halnya menurut Owen dalam Stiawan (2006), menjelaskan definisi bahasa yaitu *Language can be defined as a socially shared combinations of those symbols and rule governed combinations of those symbols* (bahasa dapat didefinisikan sebagai yang diterima secara sosial atau sistem konvensional untuk menyampaikan konsep melalui kegunaan simbol-simbol yang dikehendaki dan kombinasi simbol-simbol yang diatur oleh ketentuan).<sup>1</sup>

a. Sejarah Bahasa Korea

Bahasa Korea adalah bahasa yang paling luas digunakan di Korea, dan merupakan bahasa resmi Korea Selatan dan Korea Utara. Bahasa ini juga<sup>1</sup> dituturkan secara luas di Yanbian, di Cina timur laut. Secara keseluruhan terdapat sekitar 78 juta penutur bahasa Korea di seluruh dunia termasuk kelompok-kelompok besar di Uni Soviet, AS, Kanada dan Jepang. Klasifikasi resmi bahasa Korea masih belum disetujui secara universal, namun dianggap oleh banyak orang sebagai bahasa isolat. Beberapa ahli bahasa memasukkannya ke dalam kelompok bahasa Altaik. Bahasa Korea juga banyak mirip dengan bahasa Jepang yang status kekerabatannya juga kurang jelas. Sistem penulisan bahasa Korea yang asli disebut Hangul merupakan sistem yang silabik dan fonetik (Ekasari, 2009:7).

Aksara-aksara Sino-Korea (Hanja) juga digunakan untuk menulis bahasa Korea. Walaupun kata-kata yang paling umum digunakan merupakan Hangul,

<sup>1</sup> <https://wismastra.wordpress.com/2009/05/25/apa-bahasa-itu-sepuluh-pengertian-bahasa-menurut-para-ahli/>

lebih dari 70% kosakata bahasa Korea terdiri dari kata-kata yang dibentuk dari Hanja atau diambil dari bahasa Mandarin. Huruf ini dikenalkan oleh Raja Sejong pada abad ke-15, dikenal sebagai Hunmin Jeongeum. Namun istilah Hangul baru dikenal pada permulaan abad ke-20. Setelah Hangul digunakan pun, Hanja masih tetap dipakai, sedang Hangul dipakai oleh orang-orang tidak berpendidikan, wanita dan anak-anak. Namun pada perkembangannya, Hangul makin banyak digunakan bahkan pada abad ke-19 dan permulaan abad ke-20, penggunaan Hangul dan Hanja seimbang. Namun kini, Hanja hanya dijumpai pada tulisan – tulisan akademik dan resmi, sedangkan hampir semua papan nama, jalan, petunjuk, bahkan tulisan-tulisan informal ditulis dalam Hangul. Bahasa Korea pada dasarnya memiliki dialek-dialek yang saling bertalian satu sama lain. Setiap wilayah dapat memahami dialek lainnya, kecuali dialek Pulau Jeju yang dianggap kurang bisa dimengerti dari dialek-dialek provinsi lainnya (Ekasari, 2009:8).

## b. Salam dan Sapaan

Tabel 2.1  
Salam dan Sapaan

Pengucapannya	Huruf koreanya	Arti
Annyeong haseyo	안녕하세요	Selamat pagi/ siang/ sore / halo
Eoseo oshipyo	어서오세요	Selamat datang
Annyeonghi gaseyo	안녕하가세요	Selamat tinggal
Dasi bwayo	다시봐요	Sampai jumpa lagi
Gamsahamnida	감사합니다	Terimakasih banyak

(Sumber: Ekasari, 2009:18)

## c. Contoh Percakapan Sehari-hari

Percakapan saat memperkenalkan diri:

Rara : Annyeonghaseyo, je sogereul halkkeyo?

안녕하세요, 제 소개를 할게요?

Selamat pagi, bolehkah saya memperkenalkan diri?

Je Ireumeun Rara – immida. Ireumi mwoeyo?

제 이름은 라라 입니다 이름이 뭐예요?

Nama saya Rara. Siapa nama anda?

Helen: Annyeong haseyo, manaseo ban gawayo. Jeuneun Helen immida.

안녕하세요, 만나서 반 가워요. 저는 헬렌 입니다

Selamat pagi, senang bertemu Anda. Saya Helen.

(Ekasari, 2009:18)

## 7. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa (Ardianto, 2009:11).

Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi. Berikut sejarah singkat tentang televisi: Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia, 99% orang Amerika memiliki televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari.

Sebagaimana radio siaran, penemuan televisi telah melalui berbagai eksperimen yang dilakukan oleh para ilmuwan akhir abad 19 dengan dasar penelitian yang dilakukan oleh James Clark Maxwell dan Heinrich Hertz, serta penemuan Marconi pada tahun 1890. Paul Nipkow dan Willian Jenkins melalui eksperimennya menemukan metode pengiriman gambar melalui kabel. Televisi sebagai pesawat transmisi dimulai pada tahun 1925 dengan menggunakan metode mekanikal dari

Jenkins. Pada tahun 1928 *General Electronic Company* mulai menyelenggarakan acara siaran televisi secara regular. Pada tahun 1939 Presiden Fanklin D. Roosevelt tampil di layar televisi. Sedangkan siaran televisi komersial di Amerika dimulai 1 Spetember 1940 (Ardianto,2009:134).

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi sebagaimana hasil penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi.

Ditinjau dari stimulasi alat indra, dalam radio siaran, surat kabar dan majalah hanya satu alat indra yang mendapat stimulus. Radio siaran dengan indra pendengaran, surat kabar dan majalah dengan indra penglihatan (Ardianto,2009:137).

Adapun beberapa karakteristik dari televisi, yaitu sebagai berikut:

a. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*Audiovisual*). Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik, dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting daripada kata-kata. Keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis. Betapa menjengkelkan bila acara televisi hanya terlihat gambarnya tanpa suara, atau suara tanpa gambar.

b. Berpikir dalam gambar

Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Bila ia membuat naskah atau membaca naskah acara, ia harus berpikir dalam gambar (*think in picture*). Begitu pula bagi seorang komunikator yang akan menyampaikan informasi, pendidikan atau persuasi, sebaiknya ia dapat melakukan berpikir dalam gambar. Sekalipun ia tidak membuat naskah, ia dapat menyampaikan keinginannya kepada pengarah acara tentang penggambaran atau visualisasi dari acara tersebut.

c. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Untuk menayangkan acara siaran berita yang dibawakan oleh dua orang pembaca berita saja dapat melibatkan sepuluh orang. Mereka terdiri dari produser, pengarah acara, pengarah teknik, pengarah studio, pemadu gambar, dua atau tiga juru kamera, juru video, juru audio, juru rias, juru suara, dan lain-lain. Bila menyangkut acara drama musik yang lokasinya di luar studio, akan lebih banyak lagi melibatkan orang kerabat kerja televisi (*crew*).

Pesan yang akan disampaikan melalui media televisi, memerlukan pertimbangan lain agar pesan tersebut dapat diterima oleh khalayak sasaran. Adapun beberapa faktor-faktor yang perlu diperhatikan (Ardianto,2009:140), yaitu:

- a. Pemirsa
- b. Waktu
- c. Durasi
- d. Metode Penyajian

Drama dan film Korea adalah salah satu program yang terdapat dalam televisi.

Drama dan film korea menjadi penyebab mewabahnya virus *Hallyu* di berbagai belahan dunia. Perusahaan TV Korea mengeluarkan biaya besar untuk memproduksi drama dan beberapa diantaranya yang mencetak kesuksesan, diekspor ke luar negeri. Drama televisi yang memicu *Hallyu* antara lain adalah *Winter Sonata*. Populernya drama Korea di stasiun televisi Indonesia terjadi setelah drama negara Asia lain seperti Taiwan dan Jepang diputar. Berbagai stasiun televisi Indonesia mulai menayangkan drama produksi Korea Selatan setelah RCTI yang mempelopori pemutaran drama *Boys Before Flowers* pada tahun 2009. Sejak itulah remaja Indonesia terjangkit demam korea.

Demam Korean Movie telah mendorong lahirnya sebuah fenomena fanatisme dimana para pesohor dari negeri ginseng tersebut menjadi kiblat dalam perilaku dan gaya hidup remaja dan generasi muda di Indonesia. *Booming* Korea benar-benar telah merubah gaya hidup dan jadwal kegiatan anak dan remaja sehari-hari di Indonesia (Yudono, 2011).

## B. Definisi Operasional

### 1. Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu hal agar dapat mencapai suatu keinginan dalam dirinya, motivasi biasanya hadir karena keinginan yang besar dari diri seseorang untuk mendapatkan sesuatu atau untuk mencapai suatu hal. Dengan adanya motivasi seseorang akan lebih terdorong untuk berusaha dalam mendapatkan sesuatu dan mencapai sesuatu tersebut.

Pada dasarnya motivasi selalu ada dalam diri seseorang namun agar motivasi tersebut dapat keluar biasanya diperlukan sesuatu yang dapat mendorongnya, seperti keinginan seseorang yang besar untuk mendapatkan atau mencapai sesuatu sehingga dengan hal itu motivasi dalam diri seseorang akan keluar. Motivasi adalah suatu pendorong dan dapat berperan sebagai penyemangat untuk seseorang sehingga motivasi dapat dikatakan memegang peranan penting dalam perjalanan hidup seseorang, seseorang yang memiliki motivasi didalam dirinya maka dia akan lebih mudah dalam melakukan berbagai hal didalam dirinya.

Motivasi adalah perubahan energi di dalam diri seseorang atau tingkah laku seseorang dengan ditandai timbulnya perasaan atau reaksi untuk mencapai suatu tujuan. Seseorang akan memiliki suatu motivasi didalam dirinya ketika seseorang tersebut ingin mencapai suatu tujuan atau pencapaian didalam hidupnya yang biasanya hal tersebut didorong oleh faktor seseorang tersebut ingin membuktikan kapasitas dirinya kepada orang lain.

## 2. Meniru (Imitasi)

Imitasi merupakan dorongan untuk meniru orang lain, dan hal yang ditiru dari orang lain tersebut biasanya merupakan suatu hal yang mencolok dari orang yang akan ditiru tersebut, baik hal itu merupakan sesuatu yang baik untuk ditiru maupun tidak. Pada zaman sekarang ini didunia semua orang telah memiliki kebebasan untuk berkspresi ataupun berkarya tidak ada lagi larangan-larangan yang membuat seseorang tidak dapat mengeluarkan keinginan-keinginan yang ada didalam dirinya, hal-hal tersebutlah yang membuat banyaknya orang yang memiliki karya-karya yang membuat orang lain terkesan akan karyanya tersebut. Seseorang dengan kemauan diri untuk meniru orang lain akan mendapatkan keuntungan dan juga kerugian didalam hidupnya tergantung dari cara orang tersebut memilih hal yang akan ditirunya baik apakah hal tersebut memiliki dampak positif ataupun dampak negatif yang akan timbul didalam kehidupannya.

## 3. Fashion

*Fashion* merupakan suatu hal yang telah melekat didalam kehidupan manusia. Arti *fashion* sendiri dapat memiliki arti bahwa ketika kita melakukan atau menciptakan sesuatu ataupun ketika kita menggunakan sesuatu. Hal yang sering dikaitkan dengan *fashion* biasanya adalah pakaian atau hal yang kita gunakan pada tubuh, orang yang menciptakan *fashion* dapat berarti bahwa dia menciptakan suatu hal dan hal tersebut menarik minat orang lain sehingga orang lain tersebut

menjadi tertarik untuk menggunakan hal yang menjadi *fashion* yang telah kita ciptakan tersebut.

*Fashion* Korea Selatan adalah salah satu gaya berpakaian terpopuler di dunia yang sangat banyak pencintanya. Para remaja di seluruh dunia khususnya di Indonesia menjadikan *fashion* Korea Selatan sebagai *trend* masa kini, karena *style* berpakaian di Korea Selatan sangat bagus, *up to date* dan cocok untuk kalangan remaja. Dan juga gaya berpakaian Korea tidak susah untuk dicari, kita tidak perlu berbelanja ke Korea langsung tapi cukup dengan menggunakan media *social*, *fashion* ala Korea Selatan sudah bisa kita dapatkan yaitu melalui belanja *online*. Melalui *online shop* kita bisa mendapatkan apa saja yang kita inginkan, dari atas kepala sampai ujung kaki. Seperti aksesoris-aksesoris, baju, rok, celana, jaket tebal ala Korea, hingga sepatu yang lucu-lucu. Bahkan ada juga *online shop* yang khusus menjual *fashion* ala Korea Selatan yang ada di dalam drama atau film korea dan yang dikenakan oleh artis-artis yang populer.

#### 4. Bahasa

Bahasa Korea adalah bahasa yang paling luas digunakan di Korea, dan merupakan bahasa resmi Korea Selatan dan Korea Utara. Sistem penulisan bahasa Korea yang asli disebut Hangul. Namun istilah Hangul baru dikenal pada permulaan abad ke-20. Bahasa Korea pada dasarnya memiliki dialek-dialek yang saling bertalian satu sama lain. Setiap wilayah dapat memahami dialek lainnya, kecuali dialek Pulau Jeju yang dianggap kurang bisa

dimengerti dari dialek-dialek provinsi lainnya. Bahasa Korea sudah tidak asing bagi pecinta drama Negara ini, karna sudah sering mendengarnya ketika menonton drama bahkan mengingat sedikit demi sedikit bahasa Korea.

#### **5. Televisi**

Televisi merupakan suatu media teknologi yang mempunyai tampilan gambar beserta suara, yang tujuannya membuat khayalak lebih mengerti. Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya yaitu memberi informasi, mendidik, dan menghibur. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi dan pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, dan selanjutnya untuk memperoleh informasi.

#### **C. Penelitian Terdahulu**

Sebagai pedoman dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian sebelumnya yang telah meneliti sesuatu yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2.2  
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul/Tahun	Metode Penelitian	Hasil
1	Syawal Fauzan, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta	Motivasi Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Path / 2015	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif	Mahasiswa universitas mercu buana fakultas ilmu komunikasi menggunakan media sosial path adalah untuk mendapatkan hubungan pertemanan dan persahabatan lalu alasan lainnya adalah dimotivasi untuk mendapatkan kebutuhan yang berhubungan dengan hiburan.
2	Clara Soca Atisomya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya, Yogyakarta	Motivasi Mahasiswa Menjadi Jurnalis Dalam Rubrik Swara Kampus Di Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat / 2012	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif	Motivasi menjadi jurnalis dalam Rubrik Swara Kampus bagi mahasiswa adalah untuk kebutuhan aktualisasi diri. Karena semua jurnalis yang menjadi narasumber dalam penelitian ini menjelaskan bahwa melalui Rubrik Swara kampus mereka semakin terlatih untuk menjadi penulis. Mereka mendapatkan pendampingan mulai dari penentuan topik sampai tulisan diterbitkan, sehingga penulis mengetahui betul setiap kesalahannya. Kesempatan untuk berkembang di Swara Kampus memacu semangat jurnalis untuk terus menunjukkan eksistensi diri mereka melalui tulisan yang dibuat.
3	Imelda Bancin, Fakultas	Motivasi Konsumsi Terhadap	Metode penelitian yang digunakan	Hal-hal yang memotivasi para masyarakat kelurahan Anggrung Medan Polania

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Medan	Tayangan <i>Reality Show</i> Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasinya / 2009	adalah deskriptif kualitatif	yang menjadi responden penelitian ini dalam mengkonsumsi tayangan <i>realiy show</i> adalah sebagai pengisi waktu luang dan untuk mengurangi tekanan pikiran serta melepaskan ketegangan pikiran.
--	--	------------------------------	---

Dari perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis, terdapat persamaan dan perbedaan yaitu:

Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai motivasi dan metode yang digunakan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Perbedaan dari penelitian ini adalah lokasi dan juga tempat penelitian, perbedaan lainnya adalah peneliti membahas tentang motivasi siswa SMAN 3 Pekanbaru dalam meniru *fashion* dan bahasa Korea Selatan dari tayangan drama Korea di televisi sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang motivasi mahasiswa Universitas Mercu Buana fakultas ilmu komunikasi dalam penggunaan media sosial path. Perbedaan pada penelitian terdahulu lainnya adalah pada penelitian tersebut membahas tentang motivasi mahasiswa menjadi jurnalis dalam rubrik swara kampus di surat kabar harian kedaulatan Rakyat. Dan perbedaan pada penelitian terdahulu lainnya adalah membahas tentang motivasi konsumsi terhadap tayangan *reality show* dan pemenuhan kebutuhan informasinya.