



**HUBUNGAN ANTARAS IKAP *KOREAN POP LIFE STYLE* DAN PENGHARGAAN
BUDAYA LOKAL PADA PELAJAR DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan dalam Rangka Penyelesaian Studi Strata 1

Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

Dhira Ayu Primastuti

3301409088

JURUSAN POLITIK DAN KEWARGANEGARAAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2013

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan kesidang panitia ujian skripsi

Fakultas Ilmu Sosial Unnes pada:

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Tijan, M.Si
NIP. 19621120 198702 1 001

Drs.Ngabiyanto, M.Si
NIP. 19650103 199002 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan PKn

Drs.Slamet Sumarto, M.Pd
NIP. 19610127 198601 1 001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, pada:

Hari :

Tanggal :

PengujiUtama,

Drs.Slamet Sumarto, M.Pd
NIP. 19610127 198601 1 001

Penguji I

Penguji II

Drs. Tijan, M.Si
NIP. 19621120 198702 1 001

Drs.Ngabiyanto, M.Si
NIP. 19650103 199002 1 001

Mengetahui,

DekanFakultasIlmuSosial

Drs. Subagyo, M.Pd
NIP. 19510808 198003 1 003

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, September 2013

Dhira Ayu Primastuti
NIM. 3301409088

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- 🕌 Sangat baik menjadi orang penting, tapi lebih penting menjadi orang baik (K. Gibran)
- 🕌 Jika kamu mensyukuri nikmatKu (Allah) maka akan Aku tambah, dan jika kamu mengkufuri nikmatKu niscaya itu akan jadi azab bagimu (Al-Qur'an)
- 🕌 Kebanyakan orang gagal adalah orang yang tidak menyadari betapa dekatnya mereka ke titik sukses saat mereka memutuskan untuk menyerah (Thomas Edison)

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- ♥ Kedua orang tuaku yang senantiasa memberikan do'a, dukungan moril dan materil.
- ♥ Figo dan Bunga adikku tercinta, semoga kita menjadi anak yang kuat.
- ♥ Anis, Ayu, Dani, Eka, Ghe, Lili, Kentung, Nisa, Sepet dan Unying para saudara-saudaraku yang yang tidak letih menemaniku saat duka maupun suka.
- ♥ Teman-teman PKn angkatan 2009.
- ♥ Almamater tercinta UNNES

PRAKATA

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan berkah, rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Dalam menyusun skripsi ini, penulis mendapat bimbingan, bantuan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menyelesaikan studi strata satu di Universitas Negeri Semarang.
2. Dr.Subagyo, M.Pd, Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin penelitian.
3. Drs. Slamet Sumarto, M.Pd, Ketua Jurusan PKn Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan motivasi kepada para mahasiswanya .
4. Drs Tijan, M.Si, Dosen Pembimbing I yang telah memberikan segala arahan, bantuan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Ngabiyanto, M.Si, Dosen Pembimbing II yang telah memberikan segala arahan, bantuan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moril, materil, doa dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Para *fandom-fandom K-pop* Semarang yang telah memberikan izin untuk dijadikan subyek penelitian.
8. Teman-teman PKn, yang sudah merasakan kebersamaan, terima kasih untuk semuanya.
9. Cheuw, Chepi, Cheul dan Cherup para kakak-kakakku tercinta.

10. Teman-teman Wisma Puteri Pertiwi dan kawan-kawan diluaran sana yang tidak bisa terucapkan disini terima kasih atas bantuan dan kebersamaannya selama ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung atas terselesainya penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi nyata demi kemajuan dunia pendidikan.

Semarang, September 2013

Penyusun

Dhira Ayu Primastuti

SARI

Primastuti, Dhira Ayu. 2013. *Hubungan Antara Sikap Korean Pop (K-pop) Life Style Dan Penghargaan Budaya Lokal Di Kota Semarang.* Skripsi, Jurusan Politik dan Kewarganegaraan.Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Dosen Pembimbing I, Drs. Tijan, M.Si. Dosen Pembimbing II, Drs. Ngabiyanto, M.Si.

Kata Kunci :life style, Korean pop, penghargaan budaya lokal

Globalisasi sosial budaya menyebabkan sikap *Korean pop life style* berkembang di negara Indonesia termasuk Kota Semarang. Hal ini akan berhubungan dengan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan yang signifikan antara sikap *K-pop life style* terhadap penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara sikap *K-pop life style* dan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang.

Populasi peneliti adalah *fans club Korean pop* (fandom) yang tergolong pelajar yang berjumlah 208. Sampel yang diambil dengan teknik random sampling, sehingga responden berjumlah 42 anak. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sikap *K-pop life style* dengan indikator ketertarikan dan kecintaan terhadap barang *K-pop*, konsumsi terhadap barang *K-pop* dan perilaku yang berkaitan dengan *K-pop*. variabel terikatnya adalah penghargaan budaya lokal dengan indikator apresiasi terhadap budaya lokal dan pandangan terhadap budaya lokal. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Data penelitian dianalisis dengan teknik deskriptif persentase dan uji Korelasi.

Hasil penelitian menunjukkan variabel sikap *K-pop life style* pada *fandom* di Kota Semarang termasuk kategori tinggi sebesar 77,44%. Variabel penghargaan budaya lokal pada *fandom* di Kota Semarang termasuk kategori sedang sebanyak 54,5%. Hasil uji korelasi menunjukkan sebesar -0,797 dengan $r_{tabel} = 0,304$, maka $0,797 > 0,304$ artinya terdapat hubungan yang signifikan antara sikap *K-pop life style* dan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang. Dengan nilai korelasi menyatakan negatif, artinya hubungan yang dimiliki adalah hubungan yang tidak searah atau berlawanan. Semakin tinggi sikap *K-pop life style* pada pelajar, maka semakin rendah penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang, begitupun sebaliknya.

Simpulan dalam penelitian ini adalah 1) Sikap *Korean pop life style* pada pelajar (*fandom*) di Kota Semarang akan membuat mereka kehilangan jati diri yang berdampak pada lunturnya identitas budaya lokal karena tidak diapresiasi dan dibanggakan. 2) Para *fandom* yang fanatik terhadap *Korean pop*, kurang bangga dan berapresiasi terhadap budaya lokal sehingga penghargaan budaya lokalnya rendah. Saran dalam penelitian ini sebaiknya perlu adanya suatu kebijakan pemerintah untuk lebih memajukan dan mengembangkan kebudayaan agar generasi bangsa menjadi bangga terhadap budaya sendiri, dengan pengenalan budaya lokal pada anak sedini mungkin.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Istilah	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Gaya Hidup Pop Korea	10
2.1.1 Terbentuknya Budaya Pop.....	10
2.1.2 Pengertian Sikap.....	16
2.1.3 Gaya Hidup.....	18
2.2 Penghargaan Budaya Lokal	23
2.2.1 Budaya Lokal	23
2.2.2 Apresiasi Budaya Lokal.....	26
2.3 Kerangka Berfikir	32
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian	34
3.2 Lokasi Penelitian.....	34
3.3 Populasi	34
3.4 Sampel Penelitian	35

3.5 Variabel Penelitian	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Validitas dan Reliabilittas	38
3.8 Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Gambaran Umum Tentang Fandom.....	43
4.1.2 Analisis Deskriptif Persentase.....	47
4.1.3 Analisis Data	54
4.2 Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Uji Coba Validitas sikap <i>K-popLife Style</i>	39
3.2 Uji Coba Validitas Penghargaan Budaya Lokal.....	40
4.1 Analisis Persentase indikator ketertarikan dan kecintaan terhadap <i>K-pop</i>	48
4.2 Analisis Persentase indikator konsumsi terhadap <i>K-pop</i>	49
4.3 Analisis Persentase indikator perilaku yang berkaitan dengan <i>K-pop</i>	50
4.4 Analisis Persentase indikator apresiasi terhadap budaya lokal.....	52
4.5 Analisis Persentase indikator pandangan terhadap Budaya lokal	53
4.6 Uji korelasi sikap <i>K-poplife style</i> dan penghargaan budaya lokal.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 <i>Fandom elf</i> saat <i>gathering</i>	46
4.2 <i>Flashmob</i>	46
4.3 Poster dan Kaset para responden.....	49
4.4 Responden menggunakan hanbook.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Responden

Lampiran 2. Instrumen Uji Coba

Lampiran 3. Analisis Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Kuesioner Penelitian

Lampiran 5. Dokumentasi

Lampiran 6. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 7. Analisis Deskriptif Prosentase

Lampiran 8. Analisis Uji Korelasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi merupakan suatu peristiwa dimana seseorang dapat memperoleh informasi tanpa batas diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin maju. Dalam bidang sosial budaya, globalisasi dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat dunia melalui pertukaran budaya dimana produk-produk suatu negara dipasarkan, pola konsumsi dan gaya hidup. Masuknya budaya asing ke suatu negara akan mengakibatkan timbulnya suatu budaya yang akan dikonsumsi oleh masyarakat. Budaya massa atau budaya populer ini akan mendominasi gaya hidup dari masyarakat. Budaya populer merupakan budaya yang dikonsumsi oleh masyarakat modern. Salah satu dari budaya yang saat ini populer adalah masuknya budaya Korea.

Merebaknya budaya korea disebut dengan *Korean wave* (gelombang korea) atau yang sering dikenal dengan *hallyu*. Gelombang Korea menampilkan berbagai jenis budaya Korea mulai dari film, video, musik, fashion dan segala pernik-pernik Korea (Yuanita 2012: 3). Budaya pop Korea saat ini telah mampu menembus pasar dunia dan menyaingi budaya Barat (Amerika) yang selama bertahun-tahun mendominasi budaya populer. Berbagai produk budaya Korea mulai dari drama, film, lagu,

fashion, hingga produk-produk industri menghiasi ranah kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia termasuk Amerika dan Eropa.

Indonesia tidak luput dari gempuran gelombang budaya Korea. *Korean wave* di Indonesia bermula dari masuknya film-film dan drama Korea pada tahun 2002. Drama dan film Korea mampu mengikat seluruh masyarakat Indonesia karena kisahnya yang mengharukan dengan menyisipkan pemain-pemain yang sedap dipandang. Melalui drama-drama korea inilah muncul para pecinta drama korea di Indonesia. Hingga pada tahun 2008 mulai muncul boyband dan girlband korea seperti *Super junior*, *Bigbang*, *2PM*, *Girls Generation*, *Wonder girls* dan lainnya ikut meramaikan musik Internasional. Fans-fans mereka mulai muncul dari berbagai penjuru belahan dunia. Selain dari genre musik pop Korea yang enak untuk didengar, penampilan mereka pun benar-benar disiapkan. Dari segi kostum, aksesoris, tarian hingga olah tubuh mereka sengaja dibuat seragam. Gaya berpakaian mereka juga unik sehingga mampu membuat trend baru. Hal inilah yang menarik minat para masyarakat untuk mengandrungi artis-artis pop Korea ini.

Dampak budaya Korea semakin besar dengan adanya munculnya kursus-kursus bahasa Korea, atribut Korea, alat elektronik, pernak-pernik, *make-up*, *fashion*, restoran makanan Korea dan festival budaya Korea. Dalam hal ini peran media massa turut andil dalam gelombang *K-Pop* dengan semakin menyebarnya video musik di *youtube* dan banyaknya ditemukan situs-situs Korea di internet. Melalui *youtube* inilah orang-orang

dengan mudah mengunduh lagu dan video klip *boyband* atau *girlband K-Pop*. Antusiasme penggemar *K-Pop* Di Indonesia semakin heboh dengan munculnya *fans club* Korea atau yang biasa disebut dengan *fandom*.

Fenomena gelombang pop Korea terjadi di sejumlah kota Di Indonesia, seperti Semarang. Di Kota Semarang *fandom-fandom* (penggemar *K-pop*) aktif melakukan pertemuan-pertemuan yang menunjukkan rasa kecintaan mereka terhadap idolanya. Selain melakukan pertemuan-pertemuan penggemar *K-pop (fandom)* juga mengadakan festival *K-pop* atau sering disebut dengan *Hallyu Festival*. Selain itu fenomena *flashmob* juga mewabah di kota-kota besar Indonesia termasuk Semarang. Lagu dan tarian *Gangnam style* dari penyanyi Psy asal Korea Selatan yang populer beberapa bulan lalu dijadikan suatu fenomena besar di Kota Semarang. *Flashmob* merupakan event yang diselenggarakan untuk mengejutkan para pengunjung di tempat umum. Bertempat di jalan Pahlawan hari minggu pagi, 30 September 2012 *flashmob* ini mampu memikat seluruh warga Semarang terutama para pecinta *K-pop*. (harian Suara Merdeka, 30/09/2012).

Merebaknya Korea pada pelajar cukup besar terlihat dengan banyaknya pelajar yang bergabung dalam *fans club* pecinta *K-pop*. Pada sebuah festival *K-pop* di Semarang tahun 2012 ada 13 *fans club (fandom)* yang terbentuk dari group band berbeda-beda, seperti *Elf, Sone, Hottes, Shawol, Cassiopea, Beauty, A+ , V.I.P, Inspirit, Triple S, Blackjack dan Besfriend*. Para pelajar ini sering mengkonsumsi musik video dari *K-pop*

idolanya sehingga banyak dari mereka yang terkadang menggunakan sedikit dialek Korea untuk berbicara dengan temannya.

Fenomena-fenomena tersebut tumbuh dari budaya populer. Ketika budaya global menyebar ke negara tanpa hambatan akan mempengaruhi kehidupan masyarakat di negara tersebut. Seseorang akan mudah untuk mengadopsi nilai-nilai dari budaya populer yang mengglobal. Salah satu kebudayaan global yang mempunyai hubungan terhadap kehidupan masyarakat berdasarkan dialog budaya adalah hedonisme dan konsumerisme yang melanda masyarakat Indonesia terutama di kota-kota besar. Dalam hal ini merebaknya budaya pop Korea akan berdampak pada perilaku hedonis dan konsumtif dari para masyarakat terutama penggemar *K-pop*. Para *fans club* banyak meniru penampilan dan atribut Korea. Ketika seorang atau kelompok penggemar menganggap idola atau selebriti yang mereka kagumi sebagai arahan, contoh dengan sering melihat penampilan idolanya, tak jarang para fans atau penggemar ingin meniru perilaku dan penampilan dari idola mereka. Para penggemar akan mengalami perubahan gaya hidup mulai dari bahasa mereka yang ke-korea-an, gaya berpakaian mereka akan condong meniru dari idolanya. Mereka akan mencari informasi mengenai idolanya dan segala sesuatu tentang idolanya. Dengan bergaya ke-korea-an akan menunjukkan identitas mereka sebagai penggemar dari pop Korea.

Menurut Yudhy Syarofie (dalam Tutoli 2003:117) dalam konteks kebangsaan nilai-nilai budaya sesungguhnya telah lahir lewat tradisi dalam

kelompoknya. Nilai budaya ini selanjutnya membentuk identitas budaya. Akan tetapi ketika budaya pop Korea datang sebagai bagian dari globalisasi akan menjadi ancaman bagi budaya lokal yang merupakan identitas budaya Nasional. Budaya terbentuk karena kebiasaan. Di Semarang perilaku para *fans club K-pop* yang merasa bangga dengan menggunakan atribut berbau Korea, pakaian import dari Korea, memakan makanan Korea, dan berbahasa Korea ditakutkan akan membentuk budaya baru pada para *fans club*. Perilaku-perilaku tersebut dengan bangga dipamerkan kepada teman-teman mereka, sehingga teman mereka yang semula tidak tahu akan menjadi tahu. Selain itu para *fans club* Di Kota Semarang, demi rasa kecintaannya pada *K-pop* para *fans club* rela menyisihkan uang saku mereka atau meminta uang pada orang tua mereka demi untuk membeli kaos, atribut *K-pop* yang digunakan sebagai simbol identitas kelompok penggemar suatu *boyband* ataupun *girlband K-pop*. Banyak dari mereka yang lebih hafal lagu Korea daripada lagu daerah mereka. Mereka sering mengonsumsi *reality show* yang menampilkan para artis *K-pop*, di *reality show* tersebut banyak mempertontonkan gaya hidup dari idola mereka. *Fans club* ini rutin melakukan suatu pertemuan sebagai bukti identitas mereka pada masyarakat yang dilakukan di tempat seperti KFC, MCD, Cafe ataupun tempat terbuka (Knight Stadium).

Dari fenomena sikap dan gaya hidup tersebut ditakutkan berhubungan dengan kehidupan dari *fans club* sendiri karena para bintang idola dijadikan arahan bagi para pelajar yang sedang mencari jati diri

mereka. Para *fans club* pop Korea (*fandom*) ini apabila tidak disertai apresiasinya terhadap budaya lokal ditakutkan akan terjadi pergeseran budaya lokal, sehingga budaya lokal akan sepi peminatnya. Masyarakat akan lebih mengutamakan budaya pop Korea yang dianggap lebih modern sehingga dapat menciptakan rasa percaya diri. Disamping itu fans *K-pop* sebagian besar adalah pelajar yang merupakan tonggak pembangunan nasional. Jika pelajar yang tergolong remaja sekarang sudah tidak mengenal budaya lokal maka akan berdampak pada kebudayaan nasional yang akan mengalami kepunahan dan akan berganti budaya yang baru yang tidak sesuai dengan budaya lokal. Kebiasaan para *fans club* ini ditakutkan akan membentuk suatu kebudayaan baru yang nantinya akan berbeda dengan budaya lokal yang ada pada umumnya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti “Hubungan antara sikap *Korean pop life style* dan penghargaan budaya lokal pada pelajar Di Kota Semarang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan yang signifikan antara sikap *Korean pop (pop Korea) life style* (gaya hidup) dan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara sikap *Korean pop* (pop Korea) *life style* (gaya hidup) dan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap berkembangnya ilmu-ilmu sosial yang berbasis pada pengembangan penelitian kajian budaya populer dari perspektif *cultural studies*.
- b. Penelitian ini dapat dipakai sebagai sumber acuan bagi penelitian-penelitian yang sejenis.

2. Secara Praktis

- a. Diharapkan penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena merebaknya budaya pop akibat globalisasi dan cara menghadapinya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang gaya hidup penggemar budaya pop Korea

1.5 Batasan Istilah

Ruang lingkup permasalahan perlu dipertegas agar penelitian lebih terarah, maka istilah-istilah dalam judul penelitian ini perlu diberi batasan:

a. Sikap

Sikap merupakan kesadaran individu yang menentukan perbuatan yang nyata dalam kegiatan-kegiatan sosial.

b. *Life style*

Gaya hidup (*life style*) adalah pola tingkah laku sehari-hari manusia untuk menunjukkan identitasnya dalam masyarakat. Gaya hidup dapat dilihat dari pola konsumsi, gaya berpenampilan, dan bagaimana seseorang mengisi kesehariannya.

c. *Korean pop* (Pop Korea)

Korean pop (*K-pop*) merupakan jenis musik yang berasal dari Korea Selatan. Pop Korea berciri khaskan penampilan yang unik, dengan musik yang bergenre R&B, sebagian besar dalam grup (*boyband* dan *girlband*) disertai dengan tarian. Pop Korea sekarang ini mampu mendominasi budaya populer ke manca negara terbukti dengan penggemar artis *K-pop* yang sudah ada di berbagai negara.

d. Penghargaan Budaya Lokal

Budaya lokal merupakan budaya yang terdapat pada masyarakat lokal. Budaya lokal pada daerah-daerah yang berlainan akan membentuk budaya nasional yang merupakan identitas suatu negara. Penghargaan budaya lokal merupakan suatu rasa kebanggaan kepada budaya lokal dari masyarakat lokal.

e. Pelajar

Pelajar merupakan subyek penelitian ini. Pelajar dalam penelitian ini adalah pelajar SMP atau SMA *fans club K-pop* yang aktif melakukan *gathering* dengan sesama *fandom* pencinta *K-Pop*.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Sikap Gaya Hidup Pop Korea

2.1.1 Terbentuknya Budaya Pop

Era globalisasi merupakan peristiwa semakin pesatnya kemajuan teknologi dan komunikasi yang membuat masyarakat menerima dan menggunakan beragam teknologi. Teknologi mewarnai kehidupan manusia di masa sekarang dengan berbagai bentuk alat yang dapat menjangkau komunikasi antarmanusia di seluruh dunia. Batas antar negara terlampaui dengan kemajuan teknologi. Komunikasi berjalan tanpa batas dan tanpa hambatan di antarmanusia dan antarnegara. Dalam pandangan McLuhan teknologi media telah berhasil mentransformasikan masyarakat-masyarakat manusia dunia menjadi sebuah satuan komunitas global tanpa dinding-dinding pembatas lama seperti ideologi politik, agama dan nasionalitas (dalam Budiman 2002: 58).

Simon Kemoni asal Kenya (dalam Ibrahim 2004:56) menyatakan bahwa globalisasi dalam bentuk yang alami akan meninggikan berbagai budaya dan nilai-nilai budaya. Dalam proses alami, setiap bangsa akan berusaha menyesuaikan budaya mereka dalam perkembangan budaya baru sehingga mereka dapat melanjutkan kehidupan dan menghindari kehancuran. Tetapi, menurut Simon Kemoni, dalam proses ini, negara-negara harus memperkuat dimensi budaya mereka dan memelihara struktur nilai-nilainya agar tidak dieliminasi oleh budaya asing. Dalam

rangka ini, berbagai bangsa haruslah mendapatkan informasi ilmiah yang bermanfaat dan menambah pengalaman mereka.

Globalisasi melalui komunikasi massa dapat menciptakan trend baru yang disebut budaya populer (*pop culture*). Perkembangan pembangunan pada abad ke-19 dan abad ke-20 menjadi titik awal perkembangan budaya populer. Pembangunan aspek media massa, khususnya surat kabar menjadikan jarak yang terpisah antara suatu masyarakat di belahan dunia yang berbeda dapat mengakses budaya populer. Memasuki abad ke-20, dengan adanya radio, televisi dan komputer semakin mempercepat penyebaran budaya populer dari belahan dunia yang satu ke belahan dunia lain. Akses komunikasi dan informasi menjadi cepat dan mudah diperoleh. Melalui komunikasi (media massa) seperti televisi, surat kabar, majalah dan radio akan menjadikan tiap individu mampu memperoleh informasi yang menjadi kebutuhan hidupnya. Belum lagi dengan munculnya media *online* yang cepat dan mudah bagi orang untuk memperoleh informasi dan data yang diinginkan. Media massa baik pesan lisan atau isyarat sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi massa.

Budaya populer membawa nilai ideologi dari negara asalnya yang berdampak pada negara yang terkena imbas dari budaya populer. Budaya populer tidak bisa terlepas dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada masyarakat. Produk budaya populer seperti film, musik, novel, *fashion*, video telah mengisi pasar global. Produk budaya pop tersebut mampu

menyampaikan pesan kesenian yang ada dalam produk tersebut. Media massa muncul untuk memenuhi tuntutan dari komunikasi massa untuk memperoleh informasi dari budaya populer. Menurut Wiliam banyak orang tidak menyadari bahwa media massa sesungguhnya mempengaruhi pandangan dan tindakan konsumennya. Media massa mempengaruhi minat atau apa yang mereka sukai atau yang tidak mereka sukai (2003:25). Melalui media massa sebagian orang akan mengikuti apa yang media massa sampaikan dan mengikuti tindakan, perilaku bahkan gaya hidup yang media massa sampaikan. Budaya pop melalui media massa dapat mentransfer nilai-nilai budaya dengan hiburan sehingga mampu menciptakan selera tertentu bagi masyarakat yang akan berdampak pada eksistensi budaya dan identitas masyarakat lokal yang terkena imbas dari budaya pop.

Menurut Kuntowijaya (dalam Ibrahim 2004: 11) ciri-ciri budaya pop yaitu 1) obyektivitas, yaitu pemilik hanya menjadi obyek, yaitu penderita yang tidak mempunyai peran apa-apa dalam pembentukan budaya. Ia hanya menerima produk budaya sebagai barang jadi yang tidak boleh berperan dalam bentuk apapun; 2) alienasi, yaitu pemilik budaya massa akan terasing dari dan dalam kenyataan hidup. Ia akan kehilangan dirinya dan larut dalam kenyataan yang ditawarkan produk budaya; 3) pembodohan, artinya terjadi karena waktu terbuang tanpa mendapatkan pengalaman baru yang dapat dipetik sebagai pelajaran hidup yang berguna jika ia mengalami hal serupa.

Budaya pop terbentuk karena peran media. Budaya pop atau budaya populer seperti musik, *fashion*, film dan lain-lain tercipta karena masyarakat cenderung mengkonsumsi budaya tersebut. Membahas mengenai budaya pop tampaknya tidak jauh dari budaya barat yaitu Amerikanisasi atau Westernisasi yang berbeda dengan budaya Indonesia. Kini di Asia juga mulai mampu untuk menunjukkan budayanya. Tampaknya masyarakat

sudah mulai bosan dengan budaya pop yang selama bertahun-tahun didominasi oleh budaya barat (Amerika dan Eropa), sehingga muncul budaya alternatif baru di Asia. Dalam lingkup Asia, budaya Jepang tampaknya mampu menyebarkan budaya pop dengan komik Jepang ataupun *anime* (film animasi Jepang). Kini Korea Selatan juga mulai mampu untuk menunjukkan budayanya ke dunia Internasional.

Berawal dari masuknya drama dan film-film Korea pada tahun 2000 ke sejumlah negara-negara di Asia yang di nilai mengalami kesuksesan besar. Pada tahun 2002 drama Korea *Endless Love* mengalami kesuksesan di Indonesia dan disusul dengan drama-drama lainnya yang juga mengalami kesuksesan yang serupa. Hingga tahun 2011 tercatat 50 judul drama korea yang ditayangkan di stasiun televisi swasta di Indonesia (Yuanita 2012: 5). Menurut Ashadi Siregar dalam musik populer sebagaimana halnya juga film, tak bisa terlepas dari pelakunya, yaitu penyanyi dan pemain. Pelaku ini juga menjadi bagian dari gaya hidup yang ditawarkan kepada remaja (dalam Ibrahim 2004: 215).

Ketika drama dan film Korea mengalami kesuksesan, para penggemar dan penikmat drama atau film mulai menggemari pemain serta pengisi soundtrack dalam drama atau film tersebut, yang secara langsung akan mengenal penyanyi atau artis dalam drama atau film. Terlebih para penggemar didominasi oleh remaja yang umumnya pelajar. Remaja ataupun pelajar yang umumnya masih labil merupakan sasaran daripada budaya pop. Setelah drama Korea meraih kesuksesan, musik pop Korea atau yang biasa

disebut *K-pop* mulai dikenal oleh masyarakat terutama para penggemar drama Korea.

Pada tahun 2008 musik *K-pop* mulai menjamah Indonesia yang menampilkan boyband dan girlband mampu menarik minat masyarakat. Boyband dan girlband yang saat ini digandrungi seperti *Super Junior*, *Shinee*, *Bigbang*, *SNSD*, *Wondergirl* dan lainnya telah mampu merambah ke jenjang Internasional (Yuanita 2012: 11). Dengan berciri khas girlband dan boyband, *K-pop* menaruh ruang tersendiri bagi pecinta pop di dunia. Bernyanyi dengan tarian dan penampilan dari mulai kostum, bentuk tubuh, fashion mampu menjadi trend sekarang ini. Hingga sekarang ini kesuksesan dari hiburan Korea mampu untuk bersaing dengan hiburan *hollywood*. Korea telah menjadi suatu negara yang kuat industri budayanya dan mampu untuk mengekspor budaya ke luar negeri sehingga menyebarkan pengaruh kultural.

Kesuksesan budaya pop Korea tidak terlepas dari peran media massa. Media massa seperti televisi, majalah, koran dan internet mempengaruhi gelombang pop Korea ini. Melalui televisi masyarakat dapat melihat drama dan film yang menyisipkan budayanya mampu menarik minat masyarakat untuk mengikuti alur ceritanya. Suksesnya drama dan film Korea ini membuat menarik minat para penggemarnya dalam memperoleh informasi dari internet mengenai artis Korea. Terlebih dalam media *online* di internet sekarang ini banyak menyajikan situs-situs seputar Korea baik artis, K-pop, dan kehidupan negaranya.

Dalam dunia kapitalis, hiburan bahkan budaya telah menjelma sebagai industri. Disamping itu dukungan media massa sebagai penyampai informasi akan berpengaruh dengan kemajuan ekonomi Korea. Terbukti dengan produk elektronik Korea yang mampu merambah pasar Internasional seperti samsung dan LG. Selain itu *fashion* yang merupakan bagian dari gaya hidup bagi masyarakat modern. *Fashion* Korea kini banyak di temui di masyarakat bahkan merambah ke situs-situs *online* yang kini laris di pasaran. Dalam periklanan pun demikian, misalnya di Indonesia banyak iklan menyajikan artis dari Korea selatan ini, contohnya iklan elektronik, *make-up*, dll. Demikian pula dengan wisata-wisata di Korea yang sekarang ini banyak diminati oleh warga asing yang ingin menikmati pemandangan dan melihat budaya Korea. Para pemegang modal (kapitalis) dan pemerintah Korea sendiri turut andil dalam mensukseskan budaya *K-Pop*. Para pemegang modal membiayai produksi misal tayangan hiburan Korea dan memudahkan dalam penyebarluasannya. Sementara pemerintah sendiri mendukung dengan pemberian bantuan modal bagi produksi tayangan tersebut. Hal ini dilakukan untuk melanggengkan ideologi Korea melalui tayangan hiburan agar Korea dapat dengan mudah diterima di mata dunia.

2.1.2 Pengertian sikap

Baron dan Byrne (dalam Hanurawan 2010:64) mengemukakan definisi sikap sebagai penilaian subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap.

Menurut pendapat Gerungan (dalam Ahmdi 2007:150-151) definisi tentang sikap adalah

Pengertian *attitude* dapat diterjemahkan dengan kata sikap terhadap objek tertentu, yang dapat merupakan sikap, pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap mana disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap objek tadi itu. Jadi *attitude* itu lebih diterjemahkan sebagai sikap dan kesedihan beraksi terhadap sesuatu hal.

Mekanisme mental yang mengevaluasi, membentuk pandangan, mewarnai perasaan dan akan ikut menentukan kecenderungan perilaku individu terhadap manusia lainnya atau sesuatu yang sedang dihadapi oleh individu, bahkan terhadap diri individu itu sendiri disebut fenomena sikap. Fenomena sikap yang timbul tidak saja ditentukan oleh keadaan objek yang sedang dihadapi tetapi juga dengan kaitannya dengan pengalaman-pengalaman masa lalu, oleh situasi di saat sekarang, dan oleh harapan-harapan untuk masa yang akan datang.

Sherif & Sherif (dalam Hanurawan 2010:86) menyatakan bahwa sikap menentukan keajegan dan kekhasan perilaku seseorang dalam hubungannya dengan stimulus manusia atau kejadian-kejadian tertentu. Sikap merupakan suatu keadaan yang memungkinkan timbulnya suatu perbuatan atau tingkah laku.

Azwar (dalam Debora 2009: 15) menggolongkan definisi sikap dalam tiga kerangka pemikiran. Pertama, kerangka pemikiran yang diwakili oleh para ahli psikologi seperti Louis Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood. Menurut mereka sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut. Kedua, kerangka pemikiran ini diwakili oleh ahli seperti Chave, Bogardus, LaPierre, Mead dan Gordon Allport. Menurut kelompok pemikiran ini sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Kesiapan yang dimaksud merupakan kecenderungan yang potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respon .Ketiga, kelompok pemikiran ini adalah kelompok yang berorientasi pada skema triadik (*triadic schema*). Menurut pemikiran ini suatu sikap merupakan konstelasi komponen kognitif, afektif dan konatif yang saling berinteraksi didalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap suatu objek.

Jadi berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa sikap adalah kecenderungan individu untuk memahami, merasakan, bereaksi dan berperilaku terhadap suatu objek yang merupakan hasil dari interaksi komponen kognitif, afektif dan konatif.

Menurut Brigham (dalam Debora 2009: 18) ada beberapa ciri atau karakteristik dasar dari sikap, yaitu :

- a. Sikap disimpulkan dari cara-cara individu bertingkah laku.
- b. Sikap ditujukan mengarah kepada objek psikologis atau kategori, dalam hal ini skema yang dimiliki individu menentukan bagaimana individu mengkategorisasikan objek target dimana sikap diarahkan.
- c. Sikap dipelajari.
- d. Sikap mempengaruhi perilaku. Memegang teguh suatu sikap yang mengarah pada suatu objek memberikan satu alasan untuk berperilaku mengarah pada objek itu dengan suatu cara tertentu.

2.1.3 Gaya hidup

Gaya hidup (*life style*) menurut Kamus besar Bahasa Indonesia adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Gaya hidup merupakan kebutuhan sekunder manusia yang bisa diubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk merubahnya.

Meyer Schapiro mendefinisikan gaya hidup sebagai bentuk yang konstan dan kadangkala unsur-unsur, kualitas-kualitas dan ekspresi yang konstan dari perseorangan maupun kelompok. Sedangkan menurut Alvin Toffler, gaya hidup yaitu alat yang dipakai oleh individu untuk menunjukkan identifikasi mereka dengan subkultur-subkultur tertentu (dalam Ibrahim 2004: 165).

Gaya hidup merupakan adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup mencerminkan nilai dan sikap seseorang. Gaya hidup dapat dilihat dari konsumsi makanan, cara berpakaian, cara kerja, dan bagaimana individu mengisi kesehariannya. Gaya hidup juga mengubah pola pikir dari anggota masyarakat. Jika dilihat sekarang masyarakat Indonesia telah mengalami perubahan dalam hal gaya hidup.

Karakteristik gaya hidup menurut Chaney (1996:167) sebagai berikut.

- a) Tampilan luar, penampilan luar dari benda-benda, orang ataupun aktifitas menjadi aspek penting dalam masyarakat. Perkembangan modernisasi yang berupa teknologi dan televisi telah memunculkan iklan sebagai masyarakat lebih memntingkan kemasan luarnya saja daripada fungsi atau manfaatnya. Industri periklanan menampilkan label, logo dan slogan yang sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat sehari-hari. Misalkan saja terdapat sebuah iklan produk pakaian menampilkan citraan eksklusif, modis dan berjiwa muda. Fungsi pakaian yaitu menutup badan diabaikan karena masyarakat akan memburu produk pakaian tersebut karena bisa menjadi modis dan berjiwa muda.
- b) Diri dan identitas, semua sifat dan kualitas dalam diri setiap individu merupakan sebuah identitas baginya. Misalkan saja seorang atlit mempunyai kebiasaan mengkonsumsi makanan dan minuman sehat, olahraga teratur dan cukup tidur. Sehingga dengan kata lain bahwa identitas seorang atlit dituntut untuk mempunyai pola hidup sehat.
- c) Fokus perhatian yang terulang-ulang, cara-cara yg diterima oleh suatu kelompok bisa dikenal melalui ide-ide, nilai, cita rasa, musik, makanan, pakaian dll. Namun sifatnya tidak mutlak atau bisa berubah-ubah, terutama menyangkut gender dan subkultur dalam suatu masyarakat. Misalnya celana jins yang dahulu dipakai oleh laki-laki saja, kini seiring dengan perkembangan zaman wanita pun telah memakainya. Sehingga gaya hidup dapat senantiasa berubah dan tidak terbatas pada satu zaman saja.

Menurut Alvin Toffler gaya hidup memang menawarkan rasa identitas dan sekaligus alat untuk menghindari kebingungan karena begitu banyak pilihan (dalam Ibrahim 2004: 166). Dengan kata lain suatu produk akan ditentukan oleh budaya global ataupun nilai-nilai yang berkembang di masyarakat sehingga masyarakat satu akan mempengaruhi masyarakat lain melalui media komunikasi mengenai gaya hidup yang berkembang ataupun keberpihakan terhadap nilai yang berlaku.

Gaya hidup tidak lepas dari konsumsi produk barang ataupun jasa. Pola konsumsi lahir dari ideologi kapitalisme. Menurut Marxis, sifat produksi dalam sistem kapitalisme tidak semata komoditi dianggap sebagai

benda guna (*use value*), akan tetapi sebagai objek yang mengandung kekuatan daya pesona tertentu dan membentuk pencitraan diri melalui penciptaan *icon*, yang memberikan status tertentu pada orang yang memakainya. Itulah yang terjadi pada pengaruh budaya korea, menjadikan produk massal yang menyihir berbagai pihak untuk menjadikan pesona budaya korea begitu memikat dan mempesona. Menurut Karl Marx, produk budaya adalah komoditas, fetisisme terhadap suatu *icon* terletak dalam nilai dan kualitas yang dikenakan terhadap produk-produk tersebut.

Lahirnya modernisasi kehidupan telah banyak merubah cara pandang dan pola hidup masyarakat, sehingga peradaban yang terlahir adalah terciptanya budaya masyarakat konsumtif dan hedonis dalam lingkungan masyarakat kapitalis. Konsumsi adalah aturan berbagai signifikansi seperti sistem budaya atau pertemanan dalam masyarakat. Menurut Smith (dalam Sutrisno 2005: 263) masyarakat konsumen adalah masyarakat di mana orang-orang berusaha mengafirmasi, meneguhkan identitas dan perbedaannya, serta mengalami kenikmatan melalui tindakan membeli dan mengkonsumsi sistem tanda bersama. Konsumsi dalam pandangan sosiologi sebagai masalah selera, identitas atau gaya hidup yang terkait pada aspek-aspek sosial budaya. Dari segi selera misalnya, sesuatu yang dikonsumsi dapat berubah, difokuskan pada kualitas simbolik barang (dengan kata lain orang akan menjadi modis dan menarik) dan tergantung dari persepsi selera orang lain. Konsumsi adalah kegiatan atau tindakan mempergunakan komoditas barang atau jasa untuk memenuhi keinginan. Kegiatan konsumsi

adalah tindakan atau kegiatan mempergunakan barang/jasa, di mana tindakan itu didasarkan pada makna subjektif, rasionalitas, emosi dan motif tertentu dari individu agar di mengerti dan dipahami oleh orang lain.

Menurut pandangan Weber selera merupakan pengikat kelompok dalam (*in-group*) aktor-aktor kolektif atau kelompok status, berkompetisi dalam penggunaan barang-barang simbolik. Keberhasilan dalam berkompetisi ditandai dengan kemampuan untuk memonopoli sumber-sumber budaya, akan meningkatkan *prestise* dan solidaritas kelompok dalam (*in-group*).

Sekarang ini budaya pop yang mendunia adalah pop Korea. Barang-barang pop Korea saat ini mendominasi pasar global. *Korean pop* (pop korea) merupakan jenis musik populer yang berasal dari korea selatan. Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sudah menembus batas dalam negeri dan populer di mancanegara. Kegandrungan akan musik *K-pop* merupakan bagian tak terpisahkan dari demam Korea banyak digandrungi oleh masyarakat dunia terutama remaja.

Gaya hidup pop korea (*life style Kpop*) adalah pola tingkah laku yang mengikuti pop Korea. *Life style Kpop* ini biasanya digandrungi oleh para penggemar *Kpop* yang mayoritas adalah remaja. Penggemar selalu beridentik dengan kefanitikan terhadap idola yang berlebihan. Para penggemar ditampilkan sebagai salah satu dari 'liyan' yang berbahaya dalam kehidupan modern. 'Kita' ini waras dan terhormat, 'mereka' itu

terobsesi dan histeris (Storey 2003: 157-158). Kata ‘terobsesi dan histeris’ sering ditemui pada para penggemar yang fanatik terhadap idolanya. Para fans club (fandom) merupakan kelompok penggemar yang cenderung selalu mengejar kepentingan-kepentingan, memamerkan selera dan preferensi sehingga sangat pas untuk berbagai teks dan praktik budaya pop.

Jean Baudrillard (dalam Ibrahim 2004: 172) beranggapan perkembangan teknologi mampu menghasilkan duplikat manusia: mampu menyulap fantasi, halusinasi, ilusi, atau *science fiction* menjadi nyata: mampu memproduksi masa lalu dan nostalgia: mampu melipat-lipat dunia, sehingga tak lebih dari sebuah layar kaca, disket, atau *memory bank*.

Dalam kajian *life style K-pop* para fans club atau fandom akan mencoba meniru gaya ataupun penampilan daripada idolanya yang bisa mereka lihat di televisi ataupun musik video. Selain itu iklan televisi juga menawarkan produk Korea disertai dengan artis Korea. Kita terus dicekoki dengan segala kebutuhan, keinginan dan naluri yang wajib untuk dipenuhi. Kebutuhan tersier bahkan berubah posisi menjadi kebutuhan primer. Akibatnya, orang-orang bersandar pada siklus keinginan yang tiada putusnya. Orang-orang diarahkan untuk selalu mempunyai keinginan terhadap sesuatu yang baru, tanpa peduli apakah ia benar-benar membutuhkannya. Orang-orang berusaha mengikuti lingkaran konsumerisme secara terus menerus. Dalam hal ini para penggemar akan memunculkan fantasi atau imajinasi fandom dengan menirukan gerakan *dance* dari boyband atau girlband Korea. Dengan seringnya menonton musik video bahasa mereka juga akan ke-korea-an.

2.2 Penghargaan Budaya Lokal

2.2.1 Budaya Lokal

Menurut Koentjaraningrat konsep suku bangsa sama dengan budaya lokal, dimana suatu golongan manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas akan kesatuan kebudayaan, sedangkan kesadaran dan identitas tadi seringkali (tetapi tidak selalu) dikuatkan oleh kesatuan bahasa juga. Suku bangsa merupakan kelompok sosial atau kesatuan hidup manusia yang mempunyai sistem interaksi, sistem norma yang mengatur interaksi tersebut, adanya kontinuitas dan rasa identitas yang mempersatukan semua anggotanya serta memiliki sistem kepemimpinan sendiri.

Negara Indonesia memiliki berbagai macam suku bangsa yang tersebar di daerah-daerah. Kebudayaan lokal semakin berkembang dari waktu ke waktu sesuai dengan perkembangan zaman. Pengaruh kebudayaan suku bangsa lain terhadap kebudayaan suku bangsa dianggap berguna dan menguntungkan karena penerimaan sebuah nilai budaya baru dianggap sesuai dengan kebutuhan sebuah masyarakat pendukung kebudayaan dengan telah memberikan sebuah nuansa baru terhadap kebudayaannya.

Budaya nasional terbentuk dari gabungan dari budaya lokal dalam suatu negara. Menurut Koentjaraningrat kebudayaan nasional berfungsi sebagai 1) sistem gagasan dan perlambang yang dapat memberi identitas kepada warga Negara Indonesia, 2) sistem gagasan dan perlambang yang dapat dipakai oleh semua warga Negara Indonesia yang bhinneka untuk saling berkomunikasi. Budaya nasional yang diungkapkan oleh

Koenjaraningrat memberikan identitas negara yang merupakan ciri khas bagi bangsa Indonesia. Ciri yang khas inilah yang membedakan bangsa Indonesia dengan bangsa lain.

Kenneth Burke (dalam Liliweri 2003: 72) menjelaskan bahwa untuk menentukan identitas budaya sangat tergantung pada bahasa, bagaimana representasi bahasa menjelaskan sebuah kenyataan atas semua identitas yang dirinci kemudian dibandingkan. Melalui komunikasi budaya dapat tersebar. Dalam perkembangan komunikasi yang pesat akan menyebabkan budaya mudah tersebar ke berbagai penjuru negara.

Barbara Parker mengemukakan bahwa globalisasi merupakan pemaknaan suatu peristiwa yang berlangsung di seluruh dunia yang membentuk dunia tunggal dan mengintegrasikan berbagai bidang, seperti ekonomi, sosial budaya, teknologi, bisnis dan lain-lain yang mempengaruhi batas-batas tradisional, seperti negara, kebudayaan nasional, ruang, dan waktu. Dalam bidang sosial dan budaya, dampak globalisasi antara lain meningkatnya individualisme, perubahan pada pola kerja, terjadinya pergeseran nilai kehidupan dalam masyarakat, sehingga arus gelombang gaya hidup global dengan mudah berpindah-pindah tempat dengan perantara media. Globalisasi budaya diusung oleh negara maju yang akan memiliki dampak pada negara berkembang, dimana kebudayaan akan jelas berbeda dari negara yang mengusung budaya global ataupun negara yang terkena imbasnya. Keterbukaan budaya akan menimbulkan tantangan tersendiri bagi negara yang terkena imbasnya.

Menurut Darma (dalam Tuloli 2003:6) ketika keterbukaan budaya terjadi akan ada perubahan sebagai berikut.

1. Ada unsur-unsur yang aus dan kemudian mati.
2. Ada unsur-unsur baru yang kemudian hidup.
3. Ada pula unsur-unsur yang telah mati menjadi hidup kembali karena ternyata bisa menyesuaikan dengan dinamika baru.

Keterbukaan budaya akan berdampak pada suatu proses yang disebut asimilasi dan akulturasi. Asimilasi dan akulturasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keterbukaan budaya. Istilah akulturasi mempunyai konsep mengenai proses sosial yang timbul apabila suatu kelompok manusia dengan kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur-unsur kebudayaan asing dengan sedemikian rupa, sehingga unsur-unsur kebudayaan asing lambat laun diterima dan diolah ke dalam kebudayaan sendiri tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian kebudayaan itu sendiri. (Koenjaraningrat 1989: 248) Sedangkan asimilasi adalah proses sosial yang timbul bila ada: (i) golongan-golongan manusia dengan latar belakang kebudayaan yang berbeda-beda, (ii) saling bergaul langsung secara intensif untuk jangka waktu yang lama, sehingga (iii) kebudayaan-kebudayaan golongan-golongan tadi masing-masing berubah sifatnya yang khas, dan juga unsur-unsurnya masing-masing berubah wujudnya menjadi unsur-unsur kebudayaan campuran (Koenjaraningrat 1989: 255).

Dari globalisasi-globalisasi budaya tersebut penerimaan masyarakat pada suatu daerah berbeda-beda. Ada yang memang terkena arus globalisasi budaya dan ada yang mampu selektif pada globalisasi budaya. Sebagian masyarakat menilai globalisasi telah mendorong terciptanya kecepatan, efisiensi, efektivitas yang bermuara pada kepraktisan dalam segala hal. Seperti halnya dalam makanan cepat saji ataupun kepraktisan dalam berpakaian dengan cukup mengenakan kemeja, kaos, celana dan rok. Sebaliknya budaya lokal dinilai terlalu rumit. Masyarakat yang terkena arus

globalisasi menginginkan kebebasan dalam hal berekspresi. Mereka akan mengikuti budaya yang akan ditawarkan oleh globalisasi.

2.2.2 Apresiasi Budaya Lokal

Kebudayaan nasional merupakan identitas bagi suatu negara. Kebudayaan nasional terbentuk dari peran tradisi daerah atau budaya lokal. Identitas nasional adalah suatu bentuk identifikasi imajinatif dengan negara-bangsa sebagai sesuatu yang diekspresikan melalui simbol. Jadi bangsa bukan hanya bangunan politis melainkan juga sistem representasi budaya, sehingga identitas nasional secara terus menerus diproduksi melalui aksi diskursif. Dalam bahasa seorang antropolog (dalam Ibrahim 2004: 267),

Keragaman daerah dinilai, dihormati, bahkan didewakan, namun hanya sejauh budaya tersebut ada pada taraf bisa dipentaskan dan bukan pada taraf keyakinan, ada pada taraf pertunjukan dan bukan pada taraf peraturan. Sistem keyakinan yang mendasari segenap tatanan moral berubah sekedar menjadi etiket; apa yang diipandang sebagai adat hanyalah apa yang dipentaskan dan dipamerkan.

Budaya lokal yang beraneka ragam akan membentuk suatu kebudayaan Nasional yang mana akan menjadi ciri khas dari suatu negara serta akan membedakan budaya kita dengan budaya lain. Budaya lokal harus mampu dipelihara dan dijaga oleh masyarakat sekitar. Kebudayaan lokal sebaiknya dapat didukung oleh sebagian besar warga dalam suatu daerah. Dengan demikian unsur kebudayaan tersebut harus bersifat khas dan harus dapat dibanggakan oleh warga daerah yang mendukungnya. Suatu bentuk apresiasi pada budaya lokal diwujudkan masyarakat dengan berbagai bentuk seperti pagelaran wayang, ketoprak, festival daerah yang

menampilkan budaya daerah baik kesenian, tarian daerah atau lagu daerah. Masyarakat lokal harusnya bangga dengan budaya lokal dengan terus memelihara dan menjaga budaya daerah yang ada pada daerah dan tidak terbelenggu dengan budaya global yang sedang melanda. Tetapi apa yang ditawarkan oleh budaya global terkadang mempengaruhi kehidupan masyarakat terutama di kota-kota besar seperti munculnya sikap hedonisme dan konsumerisme.

Hedonisme dan konsumerisme memiliki pengaruh bagi perkembangan budaya global. Adanya sikap konsumen akan memicu sebuah budaya baru yang akan dikonsumsi oleh masyarakat global. Ditambah lagi peran teknologi dan komunikasi media yang begitu pesat, seperti dengan munculnya televisi yang telah menjadi kebutuhan hiburan masyarakat modern sekarang ini.

Thomson (dalam Barker 2005: 271) mengatakan

Kita tidak boleh lengah dalam memperhatikan fakta bahwa, di dunia yang semakin dibanjiri oleh produk industri media, arena utama yang sepenuhnya baru telah diciptakan bagi proses pemolisian diri. Ini adalah suatu arena yang menghadapi sejumlah kendala temporal dan spasial dalam interaksi tatap muka dan karena aksesibilitas televisi dan ekspansi globalnya, ia semakin tersedia bagi banyak individu di seluruh dunia.

Televisi adalah sumber bagi konstruksi identitas budaya sebagaimana penonton menjalankan identitas budaya dan kompetensi budaya mereka untuk men-*decode* program dengan cara tertentu. Ketika televisi mulai mengglobal, maka tempat televisi dalam pembentukan identitas etnis dan identitas nasional semakin menunjukkan arti pentingnya (Barker 2005: 286).

Televisi bukan hanya sebagai hiburan bagi masyarakat tetapi televisi juga menyebarkan virus-virus budaya yang ada pada tayangan televisi. Baik film, musik, video, berita dan iklan secara tidak disadari telah berdampak pada budaya ataupun gaya hidup pada masyarakat yang mengkonsumsinya. Penawaran dan bujukan dalam iklan misalnya membuat masyarakat akan memiliki gaya hidup konsumsi. Film dan drama menyebarkan budaya-budaya yang cenderung hedonis.

Dalam rubrik Pengantar Redaksi majalah prisma, Manahin (dalam Budiman, 2002: 148) menulis:

Telah lahir di sekitar kita produk kultural yang dibikin secara massal. Dan sebagai produksi massa, ia membawa serta sifat kodian dan kreasi musiman. Ia melahirkan keseragaman dimana-mana, dari model rambut, celana sampai lagu-lagu yang digemari. Secara tiba-tiba jutaan orang disekap dalam arus subkultur dunia, yang karena luasnya pengaruh dan cepatnya berubah disebut orang "pop". Begitu hebatnya badai "pop" ini, hingga sering kali sulit menguasai kemudi. Kadang-kadang goncangannya begitu memabokkan, sampai-sampai orang tak sanggup lagi mengenali diri.

Perubahan-perubahan pada masyarakat akibat budaya yang mengglobal menyebabkan munculnya budaya baru yang disebut budaya pop atau budaya populer. Kemajuan teknologi seperti acara televisi, internet, telepon, video, majalah dan radio menyebabkan pengaruh pada penerimaan masyarakat terhadap produk budaya pop menjadi masalah yang patut dicemaskan. Seperti budaya pop Korea yang saat ini berkembang juga patut untuk dicemaskan karena berdampak pada identitas diri dari para penggemar yang kebanyakan adalah remaja.

Globalisasi akan menekankan pada pengaruh terhadap budaya-budaya lokal Indonesia yang ditakutkan akan berpengaruh terhadap kestabilan dari budaya nasional. Dalam hal konsumsi misalnya, kebanyakan masyarakat akan lebih percaya diri menggunakan produk import dari luar negeri dari pada produk dalam negeri. Seperti halnya budaya pop Korea Selatan yang saat ini banyak digandrungi oleh masyarakat dunia yang sebagian besar adalah remaja. Produk-produk Korea yang merupakan bagian dari budaya pop Korea telah mampu mendominasi pasar dunia yang berimbas pada produk dalam negeri Indonesia. Di Kota Semarang pun *outlet-outlet* yang menjual barang-barang import dari Korea laris manis di pasaran. Selain itu fenomena lain juga ditemukan pada hiburan di Indonesia dengan munculnya grup musik (*boyband* dan *girlband*) Indonesia yang meniru dari grup musik Korea baik dilihat dari segi konsep dan tampilan. Hal ini karena kesuksesan grup musik Korea telah menyebar ke Indonesia, dengan begitu adanya grup musik yang menampilkan idola baru akan memperoleh kesuksesan yang sama di dalam negeri.

Sehubungan dengan tantangan dari budaya asing yang merupakan bagian tak terpisahkan globalisasi, menurut Usman Pelly (dalam Rafael 2000: 66) terdapat beberapa permasalahan yang merupakan tantangan konkrit dalam pembentukan kebudayaan nasional, yaitu:

- (1) masalah komersialisasi kebudayaan;
- (2) masalah konsumerisme dan materialisme;
- (3) masalah ketahanan budaya dan konflik nilai;
- (4) masalah pendidikan dan proses alih nilai;
- (5) masalah adaptasi hukum dalam pengembangan pariwisata;
- (6) masalah seks dan kesehatan;

- (7) masalah sekularisasi kehidupan beragama;
- (8) masalah pengembangan potensi masyarakat dalam upaya mengambil manfaat optimal dari pariwisata dan interaksi antar bangsa;
- (9) masalah pengembangan kemampuan kritis rasional dalam menghadapi pengaruh kebudayaan asing.

Dalam keterangan di atas kebudayaan nasional harus mampu bersaing dengan budaya asing untuk memantapkan jati diri bangsa dihadapan negara lain. Kebudayaan nasional dan kebudayaan daerah saling berpengaruh. Ada kebudayaan yang bersifat nasional dan ada kebudayaan nasional di daerah. Dalam pewarisan budaya, baik nasional maupun daerah, nilai dan adat tradisi selalu mengalami perubahan. Perjalanan perkembangan kebudayaan dan masyarakat dalam sejarah tidak pernah tertutup dari persinggungan dengan budaya-budaya lain. Melalui perkembangan komunikasi global, seolah-olah antarbudaya kini sudah menjadi tanpa batas. Sebagai akibatnya orientasi adat istiadat untuk bertindak tidak lagi tunggal dari budaya asli (budaya daerah), tetapi sudah mengalami proses pembelahan ke dalam sub-sub variasi. Setiap bangsa harus mampu menghadapi tantangan yang ada di era globlisasi ini yang memungkinkan terjadinya transformasi nilai-nilai budaya yang ada pada negara maju ke negara berkembang. Oleh karena itu kebudayaan nasional dan lokal mengalami tantangan:

1. bagaimana mengembangkan sistem kebudayaan yang membuatnya mampu bersaing dalam kompetisi global.

2. bagaimana agar penyebaran, intervensi, bahkan penaklukan budaya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pembangunan.

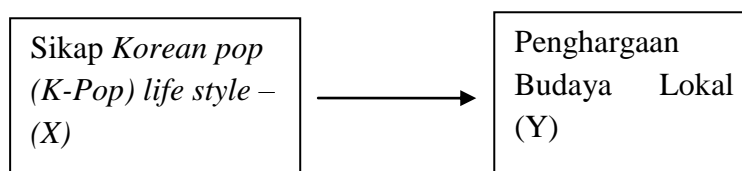
Gaya hidup pada *fans club Korean pop* akan menyebabkan pola konsumsi terhadap barang-barang berbau Korea. Dengan begitu akan muncul suatu kekhawatiran kurangnya rasa cinta pada produk dalam negeri ataupun berkurangnya rasa bangga sebagai bangsa karena pop Korea telah mampu menciptakan suatu daya tarik tersendiri bagi para fans yang menyebabkan kefanatikan. Menurut Ivan A. Hadar (dalam Tilaar 2002: 137) berkurangnya rasa bangga sebagai bangsa Indonesia, sedikit banyak juga ditentukan oleh gencaran promosi gaya hidup melalui media massa. Seperti halnya promosi yang diusung oleh para artis Korea yang mempromosikan gaya hidup dan produk-produk Korea sehingga ditakutkan akan berefek pada gaya hidup dari masyarakat Indonesia sendiri yang akan menyebabkan bergesernya budaya dan kebiasaan-kebiasaan daerah atau lokal.

Dengan fenomena tersebut bangsa Indonesia harus dapat membanggakan hasil karya ataupun produk-produk yang berasal dari dalam negeri. Untuk itu perlu ditumbuhkan motivasi yang kuat pada seluruh masyarakat untuk berpartisipasi dalam pelestarian dan kebanggaan terhadap budaya lokal, antara lain: (1) motivasi untuk menjaga, mempertahankan dan mewariskan warisan budaya yang diwariskan dari generasi sebelumnya; (2) motivasi untuk meningkatkan pengetahuan dan kecintaan generasi penerus bangsa terhadap nilai-nilai sejarah kepribadian bangsa dari masa ke masa melalui pewarisan budaya dan nilai-nilai budaya

secara nyata yang dapat dilihat, dikenang dan dihayati; (4) motivasi ekonomi yang percaya bahwa budaya lokal akan meningkat bila terpelihara dengan baik sehingga memiliki nilai komersial untuk meningkatkan kesejahteraan pengampunya; (5) motivasi simbolis yang meyakini bahwa budaya lokal adalah manifestasi dari jati diri suatu kelompok atau masyarakat sehingga dapat menumbuhkembangkan rasa kebanggaan, harga diri dan percaya diri yang kuat.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir memaparkan tentang dimensi kanjian utama, faktor-faktor kunci, variabel-variabel dan hubungan antar dimensi-dimensi yang di susun dalam bentuk grafis atau narasi. Kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah:



Dalam hal ini hubungan yang terjadi antara sikap *Korean pop life style* yang dimiliki oleh para *fans club K-pop* yang dapat dilihat dari gaya hidup dan pola konsumsinya terhadap hal yang berbau Korea akan ditakutkan mempunyai hubungan yang searah dengan rasa kebanggaan dan penghargaan terhadap budaya lokal sehingga akan berhubungan langsung terhadap budaya nasional yang merupakan ciri khas dan identitas nasional.

2.4 Hipotesis

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:106) hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis dalam penelitian ini adalah hipotesis alternatif (H_a), yaitu ada hubungan yang signifikan (positif) dari sikap *Korean pop life style* terhadap penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah paradigma penelitian yang memandang kebenaran sebagai sesuatu yang tunggal, objektif, universal dan dapat diverifikasi (Sugiyono 2010: 164). Sedangkan menurut Arikunto (2010: 27) penelitian kuantitatif banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Karakteristik penelitian kuantitatif adalah pengalaman bersifat obyektif dan dapat diukur.

3.2 Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian sangat penting dalam rangka mempertanggung jawabkan data yang diambil. Dalam penelitian ini lokasi penelitian di Kota Semarang yang dijadikan tempat para pelajar untuk berkumpul membahas mengenai pop Korea. Lokasi penelitian bertempat di *KFC*, *Arjuna Cafe dan Resto*, *Griya kanaan* yang sering digunakan sebagai tempat berkumpul. Serta jalan *Pahlawan* yang sering digunakan untuk melakukan *flashmob*.

3.3 Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2010:173) populasi adalah keseluruhan obyek penelitian. Dalam penelitian populasi yang dimaksudkan adalah para pelajar pecinta *K-pop* yang sering melakukan pertemuan yang membahas mengenai

kegemarannya terhadap *K-pop*. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelajar SMP dan SMA, pelajar yang termasuk dalam *fans club K-pop* berjumlah 208 pelajar.

3.4 Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto 2010: 174). Dari penjelasan tersebut sampel merupakan sebagian dari populasi yang diteliti untuk dijadikan subyek penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan random sampling, Random sampling adalah pengambilan secara acak. Dalam random sampling semua individu dalam populasi memiliki hak yang sama untuk dijadikan sampel. Cara random untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah dengan undian.

Peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subyek untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini diambil sebanyak 20% dari jumlah populasi yang ada yaitu 42.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. (Arikunto 2010: 161)

1. Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain..

Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah sikap *K-pop life style* pada pelajar Kota Semarang. Indikatornya meliputi :

- a. Ketertarikan dan Kecintaan terhadap *K-pop*.
- b. Konsumsi terhadap barang *K-pop*.

- c. Perilaku yang beridentik dengan *K-pop*.
2. Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas atau independen (Arikunto, 2010: 162). Variabel terikat dari penelitian ini adalah penghargaan budaya lokal. Indikatornya meliputi :
 - a. Apresiasi terhadap budaya lokal.
 - b. Pandangan terhadap budaya lokal.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Keberhasilan dalam pengumpulan data merupakan syarat bagi keberhasilan suatu penelitian, sedangkan untuk mencapai keberhasilan tersebut dengan melalui beberapa metode diantaranya :

3.6.1 Metode Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2009: 142). Angket atau kuesioner dalam penelitian ini digunakan sebagai daftar pertanyaan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari para responden. Angket tersebut digunakan peneliti untuk memperoleh informasi tentang hubungan antara sikap *K-pop life style* terhadap penghargaan budaya lokal pada pelajar dengan beberapa indikator. Kuesioner disusun dengan jawaban pilihan ganda yang terdiri dari 4 jawaban alternatif dan berbentuk skala. Beberapa karakteristik skala sebagai alat ukur yaitu:

- a. Stimulusnya berupa pertanyaan atau pernyataan yang tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap indikator.
- b. Indikator tersebut diterjemahkan lewat beberapa item-item pertanyaan.
- c. Respon dari responden tidak diklasifikasikan sebagai jawaban “ benar” atau “ salah “. Namun dapat diterima selama diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh.

Instrumen penelitian berupa angket tertutup berisi pertanyaan yang jawaban dan isinya telah dibatasi dan ditentukan, sehingga responden tidak memberikan respon yang seluas-luasnya.

3.6.2 Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto 2010: 274). Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan sebagai data penunjang. Dokumentasi diperoleh dengan mengambil atau mengutip suatu dokumen, catatan atau hasil penelitian yang sudah ada guna mendukung kelengkapan informasi.

Selain itu peneliti juga menggunakan fotografi sebagai salah satu teknik pengumpulan data. Fotografi digunakan untuk mendokumentasikan data yang dianggap perlu untuk diabadikan, sehingga ada bukti nyata yang dapat dilihat. Foto-foto tersebut merupakan foto yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.7 Validitas dan Reliabilitas Penelitian.

3.7.1 Validitas.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Arikunto 2010: 211). Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti.

Untuk menguji kevaliditasan instrumen dilakukan langkah-langkah sebagai berikut.

- a. Menyampaikan uji coba instrumen kepada orang yang berada diluar obyek penelitian.
- b. Mengelompokkan item-item dari jawaban ke dalam butir-butir dan jumlah skor total yang diperoleh dari masing-masing responden.
- c. Dari skor yang diperoleh kemudian dibuat tabel perhitungan validitas.
- d. Mengkorelasikan tiap butir dengan skor total dengan menggunakan rumus korelasi product moment.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(N \sum x^2) - (\sum x)^2\}\{(N \sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi X terhadap Y

N : jumlah responden

$\sum X$: jumlah skor item

$\sum Y$: jumlah skor total

$\sum X^2$: jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: jumlah kuadrat skor total

$\sum XY$: jumlah perkalian skor item dengan skor total

(Arikunto 2010: 317).

- e. Mengkonsultasikan hasil tersebut kedalam tabel kritik r product moment dengan kaidah keputusan yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan valid dan layak digunakan dalam pengambilan data, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak valid dan tidak layak untuk pengambilan data.

Untuk mengetahui tentang tingkat validitas instrumen, dilakukan ujicoba responden kemudian dihitung dengan rumus korelasi product moment. Hasil uji coba instrumen sebanyak 25 responden, dengan taraf kepercayaan 95% atau taraf signifikan 5%, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{hitung} > 0,396$) maka data dapat dikatakan valid. Dalam uji coba terdapat dua pertanyaan yang tidak valid.

Tabel 3.1 Uji coba validitas angket sikap *K-pop life style*

	Valid	Tidak Valid
Nomor	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14, 15,16,17,18,19,20	

Tabel 3.2 Hasil uji coba validitas angket penghargaan budaya lokal

	Valid	Tidak Valid
	21,22,23,24,25,27,28,29,30,31,32, 33,34,35,36,37,38,40,41,42,43,44	26,39

Dengan demikian 2 butir soal yang tidak valid , sedangkan sisanya 42 butir soal dapat digunakan untuk pengambilan data penelitian.

3.7.2 Reliabilitas

Reabilitas adalah suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto 2010: 221). Alat pengumpul data dikatakan reliabel jika data tersebut mempunyai ketepatan dan konsisten yang artinya apabila dalam obyek yang sama dan waktu yang berbeda, maka hasilnya akan relative sama. Dalam penelitian ini menggunakan angket atau instrumen yang nilainya 1 sampai 4. Adapun alat ukur reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus Alpha sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = realibilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

$\sum \sigma_t^2$ = varian total

Kriteria pemilihan soal yang baik adalah dari tingkat validitas dan reliabilitas soal. Soal yang valid dan reliabel dipakai sebagai instrumen

pengambilan data para fans club yang aktif melakukan pertemuan. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai Alpha > rtabel 0,396.

Dari perhitungan uji reabilitas diketahui r Alpha 0,997 yang berarti bahwa lebih besar daripada r tabel 0,396. Jadi instrumen hubungan sikap antara *K-pop life style* dan penghargaan budaya lokal dikatakan reliabel.

3.8 Teknik analisis data

3.8.1 Analisis deskriptif persentase

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif presentase. Untuk mendapatkan hasil penelitian digunakan persentase (%) dan bobot kualitas untuk mengubah skor yang berwujud angka menjadi kalimat.

Langkah yang digunakan untuk menganalisis data

1. Membuat tabel distribusi jawaban angket x dan y.
2. Menentukan skor jawaban responden dengan ketentuan skor yang telah ditetapkan.

2.1. Untuk pertanyaan/ pernyataan positif

Alternatif jawaban a diberi skor 1

Alternatif jawaban b diberi skor 2

Alternatif jawaban c diberi skor 3

Alternatif jawaban d diberi skor 4

2.2. Untuk pertanyaan/pernyataan negatif

Alternatif jawaban a diberi skor 4

Alternatif jawaban b diberi skor 3

Alternatif jawaban c diberi skor 2

Alternatif jawaban d diberi skor 1

3. Menjumlahkan skor jawaban yang diperoleh dari tiap-tiap responden.
4. Selanjutnya data yang telah terkumpul dalam bentuk angka ditabulasi dan diubah menjadi persentase dengan cara memasukkan kedalam rumus sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

% = persentase keberhasilan

n = jumlah skor

N = jumlah skor total

Tabel Rujukan

- 1) Menetapkan presentase tinggi $(4:4) \times 100\% = 100\%$
- 2) Menetapkan presentase rendah $(1:4) \times 100\% = 25\%$
- 3) Menetapkan persen presentase $100\% - 25\% = 75\%$
- 4) Menetapkan kelas interval persentase $75\% : 4 = 18,75\%$
- 5) Menetapkan jenjang interval persentase
 - a. Rendah 25% - 43,75%
 - b. Sedang 43,76% - 62,50%
 - c. Tinggi 62,51% - 81,25%
 - d. Sangat tinggi 81,26% - 100%

3.8.2 Korelasi

Korelasi merupakan teknik yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel(Sugiyono 2010: 228).

Korelasi adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel bebas dengan terikat. Rumus korelasi produk moment adalah sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(N \sum x^2) - (\sum x)^2\}\{(N \sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Teknik analisis data disini menggunakan bantuan program SPSS versi 20.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Tentang *Fandom K-pop*

Korean pop (K-pop) suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern Korea. Di Kota Semarang fenomena *K-pop* terjadi dikalangan pelajar atau dewasa. Para *fans club* ini disebut dengan *fandom*. *Fandom* disini merupakan penggemar yang turut andil dalam perkembangan *K-pop*. Penggemar selalu dicirikan sebagai suatu kefanatikan yang potensial. Hal ini berarti bahwa kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan. Jenson menunjukkan dua tipe khas patologi penggemar; individu yang terobsesi dan kerumunan histeris. Ia berpendapat bahwa kedua figur itu lahir dari pembacaan tertentu dan kritik atas modernitas yang tak diakui dimana para penggemar dipandang sebagai simptom psikologis dari dugaan disfungsi sosial. Para penggemar ditampilkan sebagai salah satu dari ‘liyan’ yang berbahaya dalam kehidupan modern. ‘Kita’ ini waras dan terhormat, ‘mereka’ itu terobsesi dan histeris (Storey 2003:157-158).

Kehadiran idola baru yang membawa nuansa berbeda menjadi daya tarik tersendiri. Sebut saja *Rain*, *Super Junior*, *Big Bang*, *Snsd* dan masih banyak lagi penyanyi Korea lain yang namanya tidak asing lagi di telinga masyarakat. Lagu-lagu mereka banyak menghiasi ponsel-ponsel gadis remaja. Selain itu, stasiun televisi swasta tidak ketinggalan membuat *chart* khusus untuk lagu-lagu Korea demi memuaskan hasrat para pendengar yang mulai

banyak menggandrungi musik pop asal Korea tersebut. Untuk memuaskan hasrat sebagai bagian dari *fandom*, individu dalam kelompok tersebut merasa dituntut untuk mengikuti gaya hidup kelompok penggemar tersebut. Tidak dapat dielakkan lagi, praktik konsumsi tidak bisa lepas dari mereka demi pemenuhan kebutuhan demi mendapat pengakuan dan menjadi bagian dari kelompok penggemar. Berbelanja menjadi sebuah solusi untuk memenuhi segala kebutuhan berupa atribut-atribut yang mencerminkan mereka sebagai bagian dari kelompok penggemar atau *fandom* ini.

Pada tahun 2013 pada suatu festival *hallyu* di Semarang tercatat beberapa *fandom* di antaranya adalah *Sone fans SNSD*, *Elf fans Suju*, *Cassiopeia fans DBSK*, *VIP fans Bigbang*, *Hottest fans 2pm*, *Boice fans CNBlue*, *B2uty fans Beast*, *Shawol fans Shinee*, *Inspirit fans Infinite*, *Kissme fans U-Kiss*, *A+ fans MBlaq*, *Bestfriend fans Boyfriend*, *Angel fans FT.Island*, *Aff(x)tion fans f(x)*, *4nia fans 4minutes*, *Exostan fans Exo*. Para *fandom* sering melakukan pertemuan atau yang lebih dikenal dengan *gathering*. *Gathering* ini meliputi *sharing* antara sesama *fandom* mengenai *K-pop*, nonton video bareng, permainan- permainan, perayaan ulang tahun dari idola mereka, dll. Berikut ini gambar saat *fandom elf* (*fans Super Junior*) melakukan *gathering*



Gambar 4.1 *fandom elf* yang melakukan *gathering*

Selain *gathering* juga dilakukan *flashmob*, yaitu menari secara bersama di tempat umum. Musik dari *flashmob* diambil dari musik *K-pop* sendiri.



Gambar 4.2 *Flashmob* di Jalan Pahlawan tanggal 9 Juni 2013

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara sikap gaya hidup pop korea yang menyebabkan fanatisme para *fandom* akan budaya pop Korea dengan penghargaan budaya lokal yang ada pada daerah mereka.

4.1.2 Analisis Deskriptif Persentase

Berdasarkan hasil penelitian, selanjutnya data dianalisis untuk mengetahui persentase skor jawaban responden yang akan dideskripsikan untuk mengetahui persepsi responden mengenai variabel penelitian melalui indikator tiap variabel. Dalam hal ini analisis deskriptif persentase merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Untuk mengetahui variabel sikap *K-pop life style* dalam penelitian ini dapat diketahui dari indikator ketertarikan dan kecintaan para responden terhadap *K-pop*, Konsumsi terhadap barang *K-pop* dan Perilaku yang berkaitan dengan *K-pop*. Dalam penelitian ini terdapat empat pilihan jawaban responden terhadap beberapa indikator. Untuk pertanyaan/ pernyataan positif, jawaban a diberi skor 1, jawaban b diberi skor 2, jawaban c diberi skor 3, jawaban d diberi skor 4. Untuk pertanyaan/ pernyataan negatif, jawaban a diberi skor 4, jawaban b diberi skor 3, jawaban c diberi skor 2, jawaban d diberi skor 1

Adapun hasil analisis deskriptif persentase skor responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- 1) Variabel sikap *K-pop life style*
 - a. Ketertarikan dan Kecintaan terhadap *K-pop*

Berdasarkan data penelitian diketahui data deskriptif persentase skor responden untuk indikator ketertarikan dan kecintaan terhadap *K-pop* sebagai berikut.

Tabel 4.1 Analisis Persentase ketertarikan dan kecintaan terhadap *K-pop*

Interval persentase	Frekuensi	%	Kategori
81,26% - 100%	4	9,52	Sangat Tinggi
62,51% - 81,25%	35	83,33	Tinggi
43,76% - 62,50%	3	7,14	Sedang
25% - 43,75%	0	0,00	Rendah
Total responden	42	100%	
Rata – rata		72,9%	Tinggi

Dari tabel terdapat 4 responden atau 9,52% tergolong kategori sangat tinggi dalam ketertarikan dan kecintaan terhadap *K-pop*, sebanyak 35 responden atau 83,33% tergolong kategori tinggi dalam ketertarikan dan kecintaan terhadap *K-pop*, sebanyak 3 responden atau 7,14% tergolong kategori sedang. Untuk kategori rendah dalam ketertarikan dan kecintaan *K-pop* tidak ditemukan pada responden. Rata-rata secara keseluruhan sebesar 72,9% yang termasuk kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar dari responden tergolong kategori tinggi dengan perolehan persentase 83,33% atau sebanyak 35 dalam ketertarikan dan kecintaan terhadap *K-pop*.

Adapun ketertarikan dan kecintaan *K-pop* tersebut dibuktikan dengan masuknya mereka dalam *fandom* dan adanya *gathering* yang dilakukan oleh *fandom-fandom* selama 1 sampai 4 tahunan.

b. Konsumsi terhadap barang *K-pop*

Berdasarkan data penelitian, diketahui data persentase untuk indikator konsumsi terhadap barang *K-pop* sebagai berikut.

Tabel 4.2 Persentase konsumsi terhadap barang *Kpop*.

Interval persentase	Frekuensi	%	Kategori
81,26% - 100%	11	26,19	Sangat Tinggi
62,51% - 81,25%	28	66,67	Tinggi
43,76% - 62,50%	3	7,14	Sedang
25% - 43,75%	0	0,00	Rendah
Total responden	42	100%	
Rata – rata		75,6%	Tinggi

Dari tabel 4.2 terlihat sebanyak 11 responden atau sebesar 26,19% tergolong kategori sangat tinggi dalam mengkonsumsi terhadap barang *K-pop*, sebanyak 28 responden atau 66,67% termasuk kategori tinggi dalam mengkonsumsi barang *K-pop*, dan sebanyak 3 responden atau 7,14% termasuk kategori sedang. Untuk kategori rendah tidak ditemukan dalam indikator konsumsi terhadap barang *K-pop*. Rata-rata secara keseluruhan sebesar 75,6% yang termasuk kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar dari responden tergolong kategori tinggi dengan perolehan persentase 66,67% atau sebanyak 28 responden dalam konsumsi terhadap barang *K-pop*. Dalam penelitian ini barang-barang yang dikonsumsi dapat berupa video-video *reality show*, ataupun poster, baju, pin, kaset, dll.



Gambar 4.3 poster dan kaset para responden

Adapun konsumsi lain dari responden yaitu dengan seringnya menonton tayangan *reality show* idola mereka atau video klip maupun barang lain yang bertempelkan *boyband* atau *girlband* idola atau produk hiburan maupun keperluan sehari-hari. Produk apapun, sadar atau tidak, memiliki budaya yang menempel dari Negara yang memproduksinya. Namun, kebanyakan konsumen saat mengonsumsinya tidak terlalu memerhatikan Negara penghasil produk tersebut. Mereka menggunakannya sehari-hari dan menjadi suatu kebiasaan dalam kehidupannya. Ketika akhirnya konsumen menyadarinya, mereka telah terperangkap dalam kebiasaan mengonsumsi barang tersebut dengan segala aspek budayanya.

c. Perilaku yang berkaitan dengan *K-pop*

Berdasarkan data penelitian, diketahui data persentase untuk indikator perilaku *K-pop* sebagai berikut.

Tabel 4.3 Persentase perilaku yang berkaitan dengan *K-pop*

Interval persentase	Frekuensi	%	Kategori
81,26% - 100%	32	76,19	Sangat Tinggi
62,51% - 81,25%	7	16,67	Tinggi
43,76% - 62,50%	3	7,14	Sedang
25% - 43,75%	0	0,00	Rendah
Total responden	42	100%	
Rata – rata		87,38%	Sangat Tinggi

Dari tabel 4.3 terlihat sebanyak 32 responden atau sebesar 76,19% tergolong kategori sangat tinggi dalam perilaku yang berkaitan dengan *K-pop*, sebanyak 7 responden atau 16,67% termasuk kategori tinggi dalam perilaku yang berkaitan dengan *K-pop*, sebanyak 3 responden atau 7,14% termasuk kategori sedang dan tidak ditemui kategori rendah dalam indikator perilaku

yang berkaitan dengan *K-pop*. Rata-rata secara keseluruhan sebesar 87,38% yang termasuk kategori sangat tinggi. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar dari responden tergolong kategori sangat tinggi dengan perolehan persentase 76,19% atau sebanyak 32 responden dalam perilaku yang berkaitan dengan *K-pop*.

Dalam penelitian ini perilaku yang berkaitan dengan *K-pop* meliputi perilaku yang sering dilakukan oleh idola *K-pop* seperti dalam hal berpakaian, berpanampilan, ingin bisa menari seperti idola, berbicara menggunakan dialek ke-korea-an. Seperti dalam gambar dibawah ini.



Gambar 4.3 responden menggunakan pakaian hanbok

Gambar diatas adalah gambar responden menggunakan pakaian Korea (hanbok). Pakaian tersebut merupakan pakaian sering mereka temui apabila melihat atau menonton *reality show* atau film dari artis *K-pop* idola mereka.

2) Penghargaan Budaya Lokal

a. Apresiasi terhadap budaya lokal

Berdasarkan data penelitian, diketahui data persentase untuk indikator apresiasi terhadap budaya lokal sebagai berikut.

Tabel 4.4 Persentase apresiasi terhadap budaya lokal.

Interval persentase	Frekuensi	%	Kategori
81,26% - 100%	0	0,00	Sangat Tinggi
62,51% - 81,25%	14	33,33	Tinggi
43,76% - 62,50%	21	50,00	Sedang
25% - 43,75%	7	16,67	Rendah
Total responden	42	100%	
Rata –rata		54,2%	Sedang

Dari tabel 4.4 terlihat sebanyak 14 responden atau sebesar 33,33% tergolong kategori tinggi dalam apresiasi terhadap budaya lokal, sebanyak 21 responden atau 50% termasuk kategori sedang dalam apresiasi terhadap budaya lokal, sebanyak 7 responden atau 16,67% termasuk kategori rendah dalam apresiasi terhadap budaya lokal dan untuk kategori sangat tinggi tidak ditemui pada responden dalam indikator apresiasi terhadap budaya lokal Rata-rata secara keseluruhan sebesar 54,2% yang termasuk kategori sedang.. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar dari responden tergolong kategori sedang dengan perolehan persentase 50% atau sebanyak 21 responden dalam apresiasi terhadap budaya lokal.

Apresiasi terhadap budaya lokal merupakan hal yang penting bagi kelanjutan budaya lokal yang merupakan bagian dari budaya nasional. Apresiasi dalam bentuk turut andil dalam melestarikan budaya lokal sangat penting terlebih untuk para pelajar atau generasi penerus daerah yang akan

mengembangkan dan menjaga budaya lokal dari pengaruh dari budaya asing. Dalam penelitian ini rata-rata responden termasuk dalam sedang yang artinya apresiasi responden terhadap budaya lokal termasuk sedang dikarenakan mereka belum begitu mengenal dan mengerti makna yang terkandung dalam budaya tersebut.

b. Pandangan terhadap budaya lokal

Berdasarkan data penelitian, diketahui data persentase untuk indikator pandangan terhadap budaya lokal sebagai berikut.

Tabel 4.5 Persentase pandangan terhadap budaya lokal.

Interval persentase	Frekuensi	%	Kategori
81,26% - 100%	0	0,00	Sangat Tinggi
62,51% - 81,25%	6	14,29	Tinggi
43,76% - 62,50%	29	69,05	Sedang
25% - 43,75%	7	16,67	Rendah
Total responden	42	100%	
Rata – rata		54,5%	Sedang

Dari tabel 4.5 terlihat sebanyak 6 responden atau sebesar 14,29% tergolong kategori tinggi dalam pandangan terhadap budaya lokal, sebanyak 29 responden atau 69,05% termasuk kategori sedang dalam pandangan terhadap budaya lokal, sebanyak 7 responden atau 16,67% termasuk kategori rendah dalam pandangan terhadap budaya lokal dan untuk kategori sangat tinggi tidak ditemui dalam indikator pandangan terhadap budaya lokal. Rata-rata secara keseluruhan sebesar 54,5% yang termasuk kategori sedang. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar dari responden tergolong kategori sedang dengan perolehan persentase 69,05% atau sebanyak 29 responden dalam pandangan terhadap budaya lokal.

Pandangan terhadap budaya lokal responden merupakan suatu variabel yang mendukung untuk mengetahui seberapa penting budaya lokal bagi responden, sehingga penghargaan dan kebanggaan budaya lokal dapat dikategorikan sedang. Dalam penelitian ini rata-rata responden termasuk dalam kategori sedang yang artinya pandangan responden terhadap budaya lokal termasuk sedang dikarenakan mereka belum begitu bangga ataupun suka terhadap budaya lokal yang ada.

4.1.3 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini yaitu uji korelasi antara sikap *K-pop life style* dan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang menggunakan bantuan program SPSS versi 20 sebagai berikut

Tabel 4.6 Uji Korelasi

Correlations			
		Sikap Korean pop life style	Penghargaan budaya lokal
Sikap Korean pop life style	Pearson Correlation	1	-,797**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	42	42
Penghargaan budaya lokal	Pearson Correlation	-,797**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	42	42

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

Uji korelasi antara sikap *K-pop life style* dan penghargaan budaya lokal diperoleh koefisien korelasi atau nilai r sebesar $-0,797$, dengan taraf kepercayaan 95% $r_{tabel}=0,304$, maka $r_{hitung} (0,797) > r_{tabel} (0,304)$ jadi H_a diterima. Kesimpulannya terdapat hubungan yang signifikan antara sikap *K-*

pop life style dan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang. Nilai koefisien korelasi menyatakan negatif, hal ini menunjukkan hubungan yang tidak searah, dimana hubungan yang terjadi adalah berlawanan atau hubungan yang negatif. Kenaikan suatu variabel akan menyebabkan penurunan suatu variabel yang lain, begitupun sebaliknya penurunan suatu variabel akan menyebabkan kenaikan pada variabel lain. Dengan kata lain semakin tinggi sikap *K-pop life style* (variabel X) maka semakin rendah penghargaan budaya lokal (variabel Y) dan sebaliknya, semakin rendah sikap *K-pop life style* (variabel X) maka semakin tinggi penghargaan budaya lokal (variabel Y). Jadi terdapat hubungan yang berlawanan antara sikap *Korean pop life style* dan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian terbukti bahwa sikap *K-pop life style* mempunyai hubungan dengan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang. Hubungan yang terjadi adalah hubungan yang berlawanan. *K-pop* merupakan suatu jenis musik yang berasal dari negara Korea Selatan. Pada zaman sekarang ini *K-pop* melanda dunia dan banyak digandrungi oleh masyarakat dunia termasuk Indonesia.

Di Kota Semarang demam *K-pop* juga melanda di sebagian pelajar atau remaja. Sikap gaya hidup atau *life style* dari *K-pop* yang unik menjadi panutan bagi remaja yang sedang mengalami masa peralihan. Tak banyak remaja yang tidak ragu menggunakan atribut yang beridentitaskan *K-pop* atau menunjukkan bahwa dia adalah salah satu penggemar dari *boyband* ataupun *girlband*.

Penelitian ini dilaksanakan bagi para *fandom-fandom K-pop* yang sering melakukan *gathering*. Berdasarkan penelitian indikator yang diambil adalah ketertarikan dan kecintaan para *fandom* terhadap *boyband* atau *girlband K-pop*, konsumsi para *fandom* terhadap barang-barang yang beridentitaskan dengan *K-pop*, dan perilaku yang diadopsi dari para idola mereka. Sedangkan untuk variabel penghargaan budaya lokal, indikator yang diambil meliputi apresiasi para *fandom* terhadap budaya lokal dan pandangan para *fandom* terhadap budaya lokal tersebut.

Dari ketiga indikator di atas ditarik kesimpulan atau rata-rata untuk variabel *life style K-pop* responden adalah sebesar 77,44% yang termasuk kategori tinggi. *Fandom* atau penggemar dianggap sebagai kumpulan orang-orang yang menciptakan suatu simbol dari apa yang telah mereka konsumsi. Simbol di sini merupakan cara mereka menggunakan, memanusiakan, menghiasi, menobatkan makna-makna dalam ruang-ruang kehidupan dan praktek-praktek sosial yang umum. Mereka menciptakan pilihan-pilihan pakaian, penggunaan musik, TV, majalah yang selektif dan aktif, penciptaan gaya-gaya subkultur seperti gaya bicara dan senda gurau serta penciptaan musik dan tarian. Hal inilah yang membuat banyak remaja tergila-gila. Tarian *dance* ala Korea pun banyak ditiru oleh para penggemarnya (*fandom*). Selain itu para *fandom* juga mengoleksi berbagai produk yang mengidentitaskan *fandom K-pop*, seperti pin, kaos beridentitaskan *K-pop*, poster, pernak-pernik, kaset dll. Melalui ritual konsumsilah subkultur membentuk identitas yang bermakna. Pemberian makna selektif dan penggunaan kelompok atas apa yang

disediakan oleh pasar bekerja serentak untuk mendefinisikan, mengekspresikan, merefleksikan serta memperjelas perbedaan dan perbedaan kelompok (Storey 2007:128).

Selain perpaduan musik, tari dan suara yang keren, wajah tampan dan cantik ikut menunjang kepopuleran *boy band* dan *girl band* Korea. Perjuangan mereka patut dicermati. Artis Korea dituntut tidak hanya memiliki satu *skill*. Mereka juga dilatih untuk memiliki kemampuan akting plus nyanyi agar bisa bersaing di pasaran. Selain itu, dari segi *skill* saja tidak cukup, mereka juga wajib memiliki nilai raport di atas rata-rata bagi yang masih menempuh pendidikan dan menjaga agar nilai mereka tidak anjlok selama menjadi artis. Saat nilai sekolah anjlok, maka mereka harus bersiap-siap untuk dikeluarkan dari manajemen artis yang menaunginya.

Perubahan yang dialami oleh industri budaya pop Korea, baik produk budaya televisi, film, maupun industri rekaman merupakan suatu fenomena yang menarik untuk dikaji. Ketenaran *K-pop* di Semarang saat ini mulai terlihat dan ditunjukkan oleh para *fandom-fandomnya*. Dengan adanya pagelaran *hallyu* di Semarang yang dihadiri oleh para *fandom-fandom* dimana mereka bebas untuk berekspresi sama seperti artis, *boyband* atau *girlband* idola mereka. Bahkan ada banyak dari mereka yang meng-*upload* video tarian mereka ke youtube dan disebarluaskan.

Fandom penggemar budaya pop Korea merupakan elemen penting yang sangat dibutuhkan kehadirannya demi bertahannya eksistensi budaya pop Korea. Tanpa adanya *fandom*, mustahil budaya pop Korea masih bertahan

hingga sekarang. Anggota *fandom* biasanya adalah orang-orang yang telah diterpa budaya pop secara berulang-ulang dan terus-menerus melalui media massa. Seperti pendapat dari Ashadi Siregar yang menyatakan bahwa dalam musik populer sebagaimana halnya film ataupun musik, tak bisa terlepas dari pelakunya, yaitu penyanyi dan pemain. Pelaku ini juga menjadi bagian dari gaya hidup yang ditawarkan kepada remaja (dalam Ibrahim 2004: 215). Dengan demikian *fandom* akan lebih mendominasi pada sikap gaya hidup yang dimiliki oleh idolanya. Hal ini dimaksudkan untuk menanamkan ideologi untuk melanggengkan kapitalisme Korea, dimana sesuatu yang nampak sebagai hiburan sebetulnya memiliki ideologi yang dominan untuk mempengaruhi khalayak lewat media massa.

Budaya pop Korea yang marak di Indonesia saat ini memang ditujukan untuk melegalkan ideologi Korea agar mereka lebih mudah diterima dan menjadi pilihan utama di masyarakat terutama para *fandom* yang sudah fanatik terhadap *K-pop*. Sehingga apapun yang berbau *K-pop* dianggap mereka sebagai sesuatu yang positif dan menarik tanpa memperhatikan budaya yang mereka punya. Budaya lokal yang seharusnya mereka miliki dan patut untuk dibanggakan alhasil semakin menurun dan ditinggalkan oleh para masyarakat lokal. Hal ini dibuktikan dengan perolehan korelasi yang hasilnya sebesar -0,797 atau (negatif), hal ini memiliki arti hubungan yang tidak searah, dimana hubungan yang terjadi berlawanan atau dapat dikatakan semakin tinggi *life style K-pop* maka akan semakin rendah penghargaan budaya lokal yang dimiliki oleh responden (*fandom*) di Kota Semarang. Begitu juga sebaliknya

semakin rendah *life style K-pop* maka akan semakin tinggi penghargaan budaya lokal yang dimiliki oleh responden (*fandom*) di Kota Semarang.

Globalisasi memang mempengaruhi segala aspek kehidupan dalam negara yang terkena imbasnya termasuk Indonesia. Di Kota Semarang tingkat kemajuan teknologi dan informasinya termasuk kategori maju, sehingga tidak jarang gaya hidup masyarakat mengadopsi dari budaya luar seperti dalam pandangan McLuhan yang menyatakan bahwa teknologi media telah berhasil mentransformasikan masyarakat-masyarakat manusia dunia menjadi sebuah satuan komunitas global tanpa dinding-dinding pembatas lama seperti ideologi politik, agama dan nasional (dalam Budiman 2002: 58). Dengan cepat pengaruh negara akan berpengaruh terhadap negara lain. Para pelajar merupakan generasi penerus yang harus memperhatikan budaya yang mereka punya dengan melestarikan dan mencintainya, apabila para pelajar sudah tidak mengenal lagi mana budaya lokal yang ada di daerah mereka maka rasa kebanggaan terhadap budaya sendiri secara tidak sadar akan bergeser sesuai dengan budaya modern yang dianggap lebih populer atau lebih baik untuk diikuti. Menurut Manahin (dalam Budiman 2002: 148) begitu hebatnya badai “pop” ini, hingga sering kali sulit menguasai kemudi. Kadang-kadang goncangannya begitu memabokkan, sampai-sampai orang tak sanggup lagi mengenali diri. Orang pop akan lepas dari identitas budaya lokal yang ada pada dirinya. Budaya lokal merupakan suatu budaya identitas atau ciri khas daerah. Apabila para generasi penerus (pelajar) sudah tidak menyadari arti penting, atau tidak mengenal lagi budaya lokal akan berdampak terhadap kebudayaan

nasional, dimana masyarakat mengikuti globalisasi akan menjadi bagian dari budaya pop yang lebih modern. Seperti dalam penelitian ini, dimana rata-rata yang diperoleh dari variabel penghargaan budaya lokal dikategorikan sedang atau sebesar 54,37% dari jumlah responden 42 pelajar (*fandom*). Dari penelitian ini diketahui bahwa penghargaan terhadap budaya lokal di Semarang mendekati kategori sedang.

Budaya lokal saat ini memang tampak tidak begitu diperhatikan oleh masyarakat terutama generasi penerus yaitu pelajar. Di sejumlah pertunjukkan-pertunjukkan budaya lokal sekarang ini sepi peminatnya, adapun peminat tetapi mayoritas adalah golongan orang tua. Budaya lokal seperti wayang orang, tarian semarang, lagu daerah saat ini sudah jarang diminati oleh masyarakat. Pertunjukkan wayang orang Ngesti Pandowo contohnya yang merupakan ikon Kota Semarang yang dipertunjukkan setiap sabtu malam di taman budaya raden saleh. Sekarang ini sepi peminat, bangku penonton juga tidak terisi penuh walaupun tiket yang dijual termasuk kategori standart bahkan murah antara sekitar Rp 20.000,00 – Rp 30.000,00 dibandingkan biaya yang dikeluarkan *fandom* untuk sekali *gathering* yang berkisar antara Rp 50.000,00 – Rp 80.000,00. Adapun tarian Semarang juga yang tidak begitu populer dikalangan masyarakat. Bahkan ada pelajar yang tidak mengetahui tarian Semarang. Seperti pandangan Ivan A. Hadar (dalam Tilaar 2002: 137) berkurangnya rasa bangga sebagai bangsa Indonesia, sedikit banyak juga ditentukan oleh gencaran promosi gaya hidup melalui media massa. Seperti halnya promosi yang diusung oleh para artis Korea yang mempromosikan gaya

hidup dan produk-produk Korea sehingga ditakutkan akan berefek pada gaya hidup dari masyarakat Indonesia sendiri yang akan menyebabkan bergesernya budaya dan kebiasaan-kebiasaan daerah atau lokal.

Dari fenomena-fenomena tersebut, tampak bahwa penghargaan budaya lokal memang tidak begitu terlalu dihargai oleh para masyarakat. Pelestarian budaya lokal yang dilakukan oleh sejumlah orang tampak tidak memiliki harga tinggi atau nilai tinggi dari masyarakat. Pelestarian tersebut juga tampak tidak dapat dijadikan sebagai pegangan hidup atau mata pencaharian yang bernilai jual tinggi. Seperti contoh para seniman wayang Ngesti Pandowo, dimana setiap pertunjukkan hanya dihargai murah, itupun bangku penonton tidak terisi penuh. Selain itu para seniman lokal atau tarian daerah yang saat ini banyak kita temui dipinggir jalan atau lampu merah yang meminta uang receh dari pengguna jalanan yang sudah tidak diperhatikan oleh para masyarakat.

Penghargaan budaya lokal harusnya diterapkan oleh masyarakat sejak dini. Hal tersebut dapat dilakukan dengan dikenalkannya budaya lokal sejak taman kanak-kanak (TK) secara terus-menerus berkelanjutan kejenjang SD, SMP, SMA bahkan perguruan tinggi sehingga dari kebiasaan mempelajari budaya lokal akan tertanam kebanggaan tersendiri pada budaya lokal tersebut. Sehingga masyarakat akan tetap melestarikan dan menjaganya.

Berdasarkan penelitian menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara sikap *K-pop life style* dan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang, dengan hubungan yang terjadi adalah hubungan yang berlawanan atau tidak searah.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Ada hubungan yang signifikan antara sikap *Korean pop life style* dan penghargaan budaya lokal pada pelajar di Kota Semarang. Sikap *Korean pop life style* pada pelajar (*fandom*) di Kota Semarang akan membuat mereka kehilangan jati diri yang berdampak pada lunturnya identitas budaya lokal karena tidak diapresiasi dan dibanggakan.
2. Hubungan yang terjadi adalah hubungan yang negatif atau berlawanan. Semakin tinggi sikap *Korean pop life style* maka semakin rendah penghargaan budaya lokal pada pelajar di Semarang. Para *fandom* yang fanatik terhadap *Korean pop* akan berkurang rasa bangga dan apresiasinya terhadap budaya lokal sehingga penghargaan budaya lokalnya rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian saran yang dapat peneliti berikan adalah perlu adanya suatu kebijakan dan upaya dari pemerintah untuk mengembangkan pendidikan kebudayaan pada generasi-generasi bangsa menjadi bangga terhadap budayanya sendiri. Saat ini banyak anak muda terlebih pelajar di Indonesia yang tidak terlalu mengenal budayanya sendiri dikarenakan pemerintah kurang perhatian dalam

mengembangkannya. Pendidikan kebudayaan hanya dijadikan ekstrakurikuler dan bukan merupakan suatu kewajiban. Hal ini menyebabkan banyak diantara kita yang tidak lagi memahami budaya lokal. Pengenalan budaya pada anak usia dini dan berkelanjutan sampai pada tingkat SMA pada sekolah-sekolah perlu diterapkan agar kelak saat dewasa kita sudah mampu mengenal budaya lokal yang ada di daerah.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ahmdi, Abu. 2007. *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies Teori & Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Budiman, Hikmat. 2002. *Lubang Hitam Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyle: Sebuah pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hanif, Muh. 2011. *Studi Media dan Budaya Populer Dalam Perspektif Modernisme dan Postmodernisme*. Jurnal. STAIN Purwokerto.
- Hanurawan, Fattah. 2010. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hasibuan, Sofia Rangkuti. 2002. *Manusia Indonesia dan Kebudayaan di Indonesia, Teori dan Konsep*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Lifestyle Ecstasy Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Liliwari, Alo. 2002. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Koentjaraningrat. 1989. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara baru.
- Debora, Maria. 2009. *Pengaruh Sikap terhadap Prestasi Belajar Siswa di SMA Negeri KarangPandan*. Jurnal. Universitas Sumatra Utara.
- Mubah, A. Safril. 2011. *Strategi Meningkatkan Budaya Lokal Dalam Menghadapi Arus Globalisasi*. Jurnal. UNAIR
- Priyanto, At. Sugeng. 2010. *Buku Ajar: Prespektif Global*. Semarang: Unnes Press.
- Rachman, Maman dan Muchsin. 1996. *Konsep dan Analisis Statistik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Raga Maran, Rafael. 2000. *Manusia dan Kebudayaan dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta

- Rivers, Wiliam L dkk. 2003. *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada.
- Sari, Ratna Permata. 2012. *Fandom dan Konsumsi Media*. Tesis. UGM
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- Sedyawati, Edi. 2007. *Budaya Indonesia: Kajian Arkeologi, Seni dan Sejarah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Storey, John. 2003. *Teori Budaya dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Qalam.
- Strinati, Dominic. 2007. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Jejak.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Mudji & Hendar Putranto. *Teori-teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sztompka, Piotr. 2007. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada.
- Tanudjaja, Bing Bedjo. 2011. *Pengaruh Media Komunikasi Massa terhadap Populer Culture dalam Kajian Budaya*. Jurnal. Universitas Kristen Petra Surabaya
- Tilaar, H. 2002. *Pendidikan untuk Masyarakat Indonesia Baru*. Jakarta: PT Grasindo.
- Tuloli, Nani dkk. 2003. *Dialog Budaya Wahana Peletarian dan Pengembangan Kebudayaan Bangsa*. Jakarta: CV Mitra Sari
- Wikipedia. 2012. *Hallyu*. [Http://hallyu.wordpress.com](http://hallyu.wordpress.com). (Di unduh 30 Januari 2013)
- Yuanita, Sari. 2012. *Korean Wave*. Yogyakarta: IdeaTerra Media Pustaka.
- Yulianto, Apit. 2012. *Ribuan Orang ber-gangnam Style di Jalan Pemuda*. [Http://m.suaramerdeka.com](http://m.suaramerdeka.com). (Di unduh 5 Februari 2013)

Lampiran 1

DAFTAR RESPONDEN

No	Nama	Fandom	Usia	Sekolah
1.	Diah Eka P.	Elf	15	SMP 15 Semarang
2.	Daniela M.	Elf	15	SMP 15 Semarang
3.	Mita Nurlailiana	Elf	17	SMA 12 Semarang
4.	Arif	Elf	16	SMA 6 Semarang
5.	Salsabila Eka D.	Inspirit	17	SMA 4 Semarang
6.	Tania N.	Inspirit	14	SMP 13 Semarang
7.	Sukma Ayu	Inspirit	15	SMP 12 Semarang
8.	Mufti H.	Sone	17	SMA 5 Semarang
9.	Dito Fahmi K.	Sone	17	SMA 5 Semarang
10.	Galang	Sone	17	SMA 4 Semarang
11.	Sinta Pusparani	Elf	18	SMA 7 Semarang
12.	Dwi Ratna L.	Shawol	15	SMA 4 Semarang
13.	Atika Dieva	Shawol	16	SMA 4 Semarang
14.	Lia	Elf	14	SMP 12 Semarang
15.	Ayunda P.	Elf	15	SMP 12 Semarang
16.	Monicha	Sone	15	SMP 3 Semarang
17.	Febby	Sone	14	SMP 3 Semarang
18.	Eliana	Aff(x)tion	16	SMA 2 Semarang
19.	M. Reza	Sone	18	SMA 2 Semarang
20.	Intansari L.	Shawol	18	SMA 4 Semarang
21.	Desy Y.	Cassiopeia	18	SMK 2 Semarang
22.	Amalia Dwi S.	VIP	17	SMK 2 Semarang
23.	Richo	VIP	15	SMP 6 Semarang
24.	Dhani	VIP	16	SMK 2 Semarang
25.	Daniel	Hottest	18	SMA 3 Semarang
26.	Elsa F.	Hottest	15	SMP 4 Semarang
27.	Annisa R.	Exostan	15	SMP 1 Semarang
28.	Firda	Shawol	17	SMA 7 Semarang
29.	Rina Putri A.	Cassiopea	17	SMA 6 Semarang
30.	Maytasari	Exostan	15	SMA 10 Semarang
31.	Mayang	Inspirit	14	SMP 10 Semarang
32.	Rizki Kurniawan	Inspirit	17	SMA 6 Semarang
33.	Dikha	Hottest	18	SMA 15 Semarang
34.	Siti N.	Hottest	16	SMK N 2 Semarang
35.	Lena	Bestfriend	15	SMP 7 Semarang
36.	Kelvin Dwi S.	B2uty	16	SMA 10 Semarang
37.	Nila Tia K.	B2uty	16	SMA 1 Semarang
38.	Dhea Aulya	B2uty	16	SMA 4 Semarang
39.	Alifia	Bestfriend	17	SMA 12 Semarang
40.	Gendhani Dewi K.	Bestfriend	16	SMA 12 Semarang
41.	Tio	Boice	18	SMA 1 Semarang
42.	Sukma	Bestfriend	14	SMP 6 Semarang

Lampiran 2 Instrumen uji coba

INSTRUMEN

Nama :

Sekolah :

Umur :

Variabel X (Sikap *Korean Pop Life Style*)

Berilah tanda silang pada pertanyaan atau pernyataan dibawah ini!

1. Sudah berapa lama anda menyukai *KPop*?
 - a. Kurang dari setahun
 - b. 1 tahun
 - c. 2 tahun
 - d. Lebih dari 3 tahun
2. Apakah yang kamu sukai dari *Kpop*?
 - a. Genre musiknya.
 - b. Suara penyanyinya dan genre musiknya.
 - c. Genre musik, suara dan konsep video klipnya.
 - d. Genre musik, suara, konsep video dan gaya/penampilan.
3. Berapa jam anda menyaksikan video *KPop* dalam 3 hari ?
 - a. 3 jam
 - b. 5 jam
 - c. 7 jam
 - d. 10 jam
4. Kapan anda mulai bergabung dalam fansclub *Kpop*?
 - a. Kurang dari 1 tahun
 - b. 1 tahun
 - c. 1 ½ tahun
 - d. 2 tahun atau lebih
5. Apa manfaat setelah anda bergabung dalam fans club *KPop*?
 - a. Dapat mengetahui info *Kpop*.
 - b. Mengetahui info dan mengoleksi barang-barang *Kpop*.
 - c. Mengetahui info, mengoleksi barang dan mengikuti *fashion Kpop*.
 - d. Mengetahui info, mengoleksi barang, mengikuti *fashion* dan gaya hidup *Kpop*.
6. Apa peran anda dalam *fans club Kpop*?
 - a. Ketua
 - b. Bendahara
 - c. Seksi-seksi
 - d. anggota
7. Saya selalu mengetahui keseharian artis *Kpop* idola saya.
 - a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
8. Saya tidak harus menonton semua reality show Korea yang menampilkan artis *Kpop* idola saya.
 - a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
9. Gaya hidup artis *Kpop* menarik, unik dan menakjubkan.
 - a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju

10. Koleksi apa yang anda miliki?
- Poster
 - Poster dan pernik-pernik *Kpop*
 - Poster, Kaset dan pernik-pernik *Kpop*
 - Poster, pernik-pernik, kaset dan baju yang beridentitaskan *Kpop*
11. Saya tidak harus memiliki produk yang beridentitaskan *Kpop*.
- Tidak setuju
 - Kurang Setuju
 - Setuju
 - Sangat Setuju
12. Saya tidak menyukai makanan Korea apapun.
- Tidak Setuju
 - Kurang Setuju
 - Setuju
 - Sangat Setuju
13. Seseorang yang rela menyisihkan uang saku untuk menonton konser *Kpop* merupakan hal yang sia-sia.
- Tidak Setuju
 - Kurang Setuju
 - Setuju
 - Sangat Setuju
14. Saya akan terlihat keren dan gaul jika memakai pakaian beridentitas Korea.
- Tidak Setuju
 - Kurang Setuju
 - Setuju
 - Sangat Setuju
15. Saya ingin bisa menari dan menyanyi seperti artis *Kpop*.
- Tidak Setuju
 - Kurang Setuju
 - Setuju
 - Sangat Setuju
16. Saya harus hafal semua lagu boyband atau girlband idola saya.
- Tidak setuju
 - Kurang setuju
 - Setuju
 - Sangat setuju
17. Saya merasa aneh jika melihat orang atau saya sendiri berbicara dengan teman menggunakan sedikit dialek Korea.
- Tidak Setuju
 - Kurang Setuju
 - Setuju
 - Sangat Setuju
18. Saya merasa puas jika dapat mengoleksi banyak video *Kpop*.
- Tidak setuju
 - Kurang setuju
 - Setuju
 - Sangat setuju
19. Saya tidak suka kebiasaan artis *Kpop* yang kebanyakan melakukan operasi plastik.
- Tidak setuju
 - Kurang setuju
 - Setuju
 - Sangat setuju
20. Artis *Kpop* hanya bermodal wajah dan penampilan.
- Tidak setuju
 - Kurang setuju
 - Setuju
 - Sangat setuju

Variabel Y (Penghargaan Budaya Lokal)

21. Sejak kapan anda mulai mengenal kesenian dari Semarang?
- TK
 - SD
 - SMP
 - SMA
22. Apa acara di Semarang yang selalu anda lihat?

- a. Karnaval.
 - b. Karnaval dan dugderan
 - c. Karnaval, dugderan dan parade seni budaya
 - d. Karnaval, dugderan, parade seni budaya dan Semarang expo
23. Pagelaran seni kota Semarang apa yang anda ketahui?
- a. ketoprak
 - b. tarian dan ketoprak
 - c. wayang orang, tarian dan ketoprak
 - d. gambang Semarang, wayang orang, tarian dan ketoprak
24. Jenis budaya lokal apa yang anda merasa bosan jika melihat atau mendengarnya?
- a. Tidak ada.
 - b. Wayang.
 - c. Wayang dan tarian semarang.
 - d. Wayang, lagu daerah dan tarian semarangan.
25. Apakah anda mengetahui paguyuban wayang ngesti pandowo yang merupakan ikon kota semarang?
- a. Tidak
 - b. Sedikit mengetahui
 - c. Cukup mengetahui
 - d. Sangat mengetahui
26. Berapa kali anda pernah menyaksikan pementasan wayang orang ngesti pandowo?
- a. Tidak pernah.
 - b. 1 – 2 kali.
 - c. 3 – 4 kali.
 - d. Lebih dari 5 kali.
27. Apa saja cerita wayang yang anda ketahui?
- a. Tidak ada
 - b. Babad tanah jawa
 - c. Babad tanah jawa dan ramayana
 - d. Babad tanah jawa, ramayana dan bratayuda
28. Apa yang anda lakukan apabila teman anda menjelek-jelekan budaya lokal Semarang?
- a. Ikut bergurau
 - b. Diam saja
 - c. Menegur
 - d. Dimarahi
29. Perasaan saya biasa-biasa saja ketika saya turut andil dalam suatu pagelaran seni (karnaval).
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Tidak setuju
30. Upaya apa yang anda lakukan untuk melestarikan tarian dan lagu daerah?
- a. Hanya sekedar mengetahui lagu dan tarian.
 - b. Ingin mengenal tarian dan mengerti lagu daerah.
 - c. Ingin dapat menari dan menyanyi lagu daerah.
 - d. Turut bergabung dalam suatu komunitas budaya daerah.
31. Lagu daerah apa yang anda hafal?
- a. Gundul-gundul pacul
 - b. Gundul-gundul pacul dan gambang suling
 - c. Gundul-gundul pacul, gambang suling dan bapak pocung
 - d. Gundul-gundul pacul, gambang suling, bapak pocung dan lir-ilir.
32. Saya selalu menonton pertunjukan seni yang merupakan budaya lokal Semarang.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju

33. Saya tidak suka mengikuti ekstra kulikuler yang identik dengan kesenian.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
34. Saya sebagai orang Semarang tidak harus mengenal budaya yang ada di kota Semarang.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
35. Budaya daerah di Semarang sangat unik dan patut dibanggakan.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
36. Saya tidak harus mengenalkan budaya Semarang pada wisatawan atau orang luar Semarang.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
37. Seseorang yang memakai pakaian adat dan sanggul akan terlihat kuno.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
38. Apakah pesan yang terkandung dalam pagelaran seni bermanfaat bagi anda?
- a. Sangat bermanfaat
 - b. Bermanfaat
 - c. Cukup bermanfaat
 - d. Tidak bermanfaat
39. Menyaksikan karnaval Semarang merupakan hal yang membuang-buang waktu.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
40. Saya lebih memilih menonton pagelaran budaya asing daripada pagelaran budaya daerah.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
41. Saya lebih suka menonton *modern dance* daripada tarian Semarangan.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
42. Bagaimana perasaan anda jika dapat menarikan tarian Semarangan?
- a. Tidak suka.
 - b. Biasa saja.
 - c. Senang.
 - d. Bangga.
43. Saya susah untuk menghafalkan lagu gambang Semarang.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
44. Saya lebih menyukai batik khas Semarang daripada batik import.
- a. Tidak setuju
 - b. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju.

Variabel X (*Sikap Korean pop Life Style*)

Indikator	Pertanyaan	
	Positif	Negatif
Ketertarikan dan kecintaan terhadap <i>Kpop</i>	1 - 7 9	8
Konsumsi terhadap barang <i>Kpop</i>	10 14	11,12,13
Perilaku yang berkaitan dengan <i>Kpop</i>	15,16 18	17 19,20

Variabel Y (*Penghargaan terhadap budaya lokal*)

Indikator	Pertanyaan/ Pernyataan	
	Positif	negatif
Apresiasi terhadap budaya lokal	22 -2 8 30 31	21 29
Pandangan terhadap budaya lokal	32 35 42 44	33,34 36,37,38,39,40,41 43

Lampiran 3

ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No	Kode	nomor soal														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	R-01	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
2	R-02	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3
3	R-03	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
4	R-04	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4
5	R-05	3	3	3	3	1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
6	R-06	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4
7	R-07	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
8	R-08	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
9	R-09	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
10	R-10	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
11	R-11	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
12	R-12	3	3	4	4	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4
13	R-13	4	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3
14	R-14	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4
15	R-15	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2
16	R-16	4	3	3	3	1	1	2	1	3	2	3	3	4	4	4
17	R-17	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	4	3	3
18	R-18	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
19	R-19	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
20	R-20	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3
21	R-21	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3
22	R-22	2	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3
23	R-23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
24	R-24	3	4	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	4	4
25	R-25	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
	$\sum x$	85	88	79	89	78	63	78	73	88	91	82	83	85	88	88
	$\sum x^2$	297	316	259	323	252	175	254	227	316	337	280	285	297	318	318
	$(\sum X)^2$	7225	7744	6241	7921	6084	3969	6084	5329	7744	8281	6724	6889	7225	7744	7744
	$\sum xy$	9800	10136	9134	10273	7348	9061	9061	8478	10155	10480	9508	9592	9609	9803	10146
	r_{xy}	0,4413	0,45516	0,5116	0,6015	0,4328	0,5591	0,67921	0,5482	0,57474	0,47977	0,6174	0,5123	0,5023	0,458	0,4509

rtabel	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396	0,396
keterangan	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID
$(\sum x)^2/n$	172,02	184,381	148,6	188,6	144,86	94,5	144,857	126,881	184,381	197,167	160,1	164,02	164,02	172,02	172,02	184,38	
$\sum X^2 - (\sum X)^2/n$	124,98	131,619	110,4	134,4	107,14	80,5	109,143	100,119	131,619	139,833	119,9	120,98	124,98	124,98	124,98	133,62	
$(\sum X^2 - (\sum X)^2/n)$	2,9756	3,13379	2,6287	3,2001	2,551	1,9167	2,59864	2,38379	3,13379	3,32937	2,8549	2,8804	2,9756	2,9756	3,1814		
$\sum \sigma_b^2$	87,087																
Vt	3247,3																
r11	0,9969																
	r11 > rtabel, maka reliabel																

		nomor soal																			
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31						
3	4	4	4	3	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1						
3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2						
3	4	4	2	4	3	2	2	1	1	1	2	2	3	2	1						
3	4	3	3	4	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1						
2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2						
3	4	4	3	4	3	1	2	2	2	1	1	3	2	2	1						
2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2						
3	4	4	4	4	4	3	2	1	1	2	2	2	2	2	1						
3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1						
3	3	4	2	3	3	3	3	4	1	2	2	3	3	3	2						
3	4	3	3	4	4	3	3	2	1	1	1	1	1	2	1						
3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	1	2	3	3	2	3						
2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	2	2						
3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	1	1	2	1	2						
3	2	3	2	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1						
3	4	3	3	4	3	2	2	2	1	1	2	3	4	3	3						
3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	2	1	2						
2	2	2	3	2	3	3	3	2	1	1	1	3	2	2	2						
3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3						
2	3	3	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	1						
3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3						
3	2	2	3	3	4	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1						
3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2						
70	78	83	76	88	80	61	56	56	40	42	45	61	61	51	43						
200	258	285	242	320	266	163	136	142	74	78	87	161	159	113	87						
4900	6084	6889	5776	7744	6400	3721	3136	3136	1600	1764	2025	3721	3721	2601	1849						
8061	9038	9575	8801	10189	9232	7073	6498	6516	4660	4796	5248	7070	7059	5919	5014						
0,43864	0,4845	0,4253	0,5207	0,6157	0,4136	0,4054	0,454	0,43208	0,42557	-0,041038688	0,6534	0,424	0,4096	0,4551	0,4202						

nomor soal														y	y2
32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44			
2	2	2	2	1	2	3	4	2	1	2	2	3	124	15376	
2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	2	1	1	112	12544	
1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	3	113	12769	
2	1	1	2	1	2	2	4	1	1	2	2	1	113	12769	
2	2	2	3	1	2	3	3	1	2	4	2	2	112	12544	
2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	107	11449	
2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	118	13924	
1	3	1	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	119	14161	
3	3	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	125	15625	
2	1	3	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	117	13689	
2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	130	16900	
3	1	2	3	2	2	1	2	1	1	1	1	2	115	13225	
2	1	2	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	94	8836	
3	3	1	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	126	15876	
1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	95	9025	
2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	93	8649	
2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	102	10404	
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	125	15625	
3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	138	19044	
2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	101	10201	
3	2	2	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	121	14641	
1	2	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	2	94	8836	
3	2	3	2	3	1	1	2	3	2	2	1	2	137	18769	
2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	106	11236	
2	2	3	3	3	2	2	3	1	1	2	2	2	122	14884	
52	47	48	51	52	51	47	65	39	37	50	47	49	2859	331001	
118	99	104	113	120	113	101	179	69	61	110	101	105			
2704	2209	2304	2601	2704	2601	2209	4225	1521	1369	2500	2209	2401			
6059	5475	5585	5913	6051	5909	5474	7428	4555	4304	5800	5476	5699			
0,56274	0,48237	0,43735	0,42354	0,4765	0,4025	0,4381	-0,026846873	0,52263	0,4574	0,40767	0,447	0,5009			

Lampiran 4. Instrumen penelitian

INSTRUMEN

Nama :

Sekolah :

Umur :

Variabel X (Sikap *Korean Pop Life Style*)**Berilah tanda silang pada pertanyaan atau pernyataan dibawah ini!**

45. Sudah berapa lama anda menyukai *KPop*?
- | | |
|------------------------|-----------------------|
| c. Kurang dari setahun | c. 2 tahun |
| d. 1 tahun | d. Lebih dari 3 tahun |
46. Apakah yang kamu sukai dari *Kpop*?
- Genre musiknya.
 - Suara penyanyinya dan genre musiknya.
 - Genre musik, suara dan konsep video klipnya.
 - Genre musik, suara, konsep video dan gaya/penampilan.
47. Berapa jam anda menyaksikan video *KPop* dalam 3 hari ?
- | | |
|----------|-----------|
| c. 3 jam | c. 7 jam |
| d. 5 jam | d. 10 jam |
48. Kapan anda mulai bergabung dalam fansclub *Kpop*?
- | | |
|------------------------|-----------------------|
| c. Kurang dari 1 tahun | c. 1 ½ tahun |
| d. 1 tahun | d. 2 tahun atau lebih |
49. Apa manfaat setelah anda bergabung dalam fans club *KPop*?
- Dapat mengetahui info *Kpop*.
 - Mengetahui info dan mengoleksi barang-barang *Kpop*.
 - Mengetahui info, mengoleksi barang dan mengikuti *fashion Kpop*.
 - Mengetahui info, mengoleksi barang, mengikuti *fashion* dan gaya hidup *Kpop*.
50. Apa peran anda dalam *fans club Kpop*?
- | | |
|--------------|----------------|
| a. Ketua | c. Seksi-seksi |
| b. Bendahara | d. anggota |
51. Saya selalu mengetahui keseharian artis *Kpop* idola saya.
- | | |
|------------------|------------------|
| c. Tidak setuju | c. Setuju |
| d. Kurang setuju | d. Sangat setuju |
52. Saya tidak harus menonton semua reality show Korea yang menampilkan artis *Kpop* idola saya.
- | | |
|------------------|------------------|
| c. Tidak setuju | c. Setuju |
| d. Kurang setuju | d. Sangat setuju |
53. Gaya hidup artis *Kpop* menarik, unik dan menakjubkan.
- | | |
|------------------|------------------|
| c. Tidak setuju | c. Setuju |
| d. Kurang setuju | d. Sangat setuju |

54. Koleksi apa yang anda miliki?
- e. Poster
 - f. Poster dan pernik-pernik *Kpop*
 - g. Poster, Kaset dan pernik-pernik *Kpop*
 - h. Poster, pernik-pernik, kaset dan baju yang beridentitaskan *Kpop*
55. Saya tidak harus memiliki produk yang beridentitaskan *Kpop*.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang Setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat Setuju
56. Saya tidak menyukai makanan Korea apapun.
- c. Tidak Setuju
 - d. Kurang Setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat Setuju
57. Seseorang yang rela menyisihkan uang saku untuk menonton konser *Kpop* merupakan hal yang sia-sia.
- c. Tidak Setuju
 - d. Kurang Setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat Setuju
58. Saya akan terlihat keren dan gaul jika memakai pakaian beridentitas Korea.
- c. Tidak Setuju
 - d. Kurang Setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat Setuju
59. Saya ingin bisa menari dan menyanyi seperti artis *Kpop*.
- c. Tidak Setuju
 - d. Kurang Setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat Setuju
60. Saya harus hafal semua lagu boyband atau girlband idola saya.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
61. Saya merasa aneh jika melihat orang atau saya sendiri berbicara dengan teman menggunakan sedikit dialek Korea.
- c. Tidak Setuju
 - d. Kurang Setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat Setuju
62. Saya merasa puas jika dapat mengoleksi banyak video *Kpop*.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
63. Saya tidak suka kebiasaan artis *Kpop* yang kebanyakan melakukan operasi plastik.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
64. Artis *Kpop* hanya bermodal wajah dan penampilan.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju

Variabel Y (Penghargaan Budaya Lokal)

65. Sejak kapan anda mulai mengenal kesenian dari Semarang?
- c. TK
 - d. SD
 - c. SMP
 - d. SMA
66. Apa acara di Semarang yang selalu anda lihat?

- e. Karnaval.
 - f. Karnaval dan dugderan
 - g. Karnaval, dugderan dan parade seni budaya
 - h. Karnaval, dugderan, parade seni budaya dan Semarang expo
67. Pagelaran seni kota Semarang apa yang anda ketahui?
- e. ketoprak
 - f. tarian dan ketoprak
 - g. wayang orang, tarian dan ketoprak
 - h. gambang Semarang, wayang orang, tarian dan ketoprak
68. Jenis budaya lokal apa yang anda merasa bosan jika melihat atau mendengarnya?
- e. Tidak ada.
 - f. Wayang.
 - g. Wayang dan tarian semarang.
 - h. Wayang, lagu daerah dan tarian semarangan.
69. Apakah anda mengetahui paguyuban wayang ngesti pandowo yang merupakan ikon kota semarang?
- c. Tidak
 - d. Sedikit mengetahui
 - c. Cukup mengetahui
 - d. Sangat mengetahui
70. Apa saja cerita wayang yang anda ketahui?
- c. Tidak ada
 - d. Babad tanah jawa
 - c. Babad tanah jawa dan ramayana
 - d. Babad tanah jawa, ramayana dan bratayuda
71. Apa yang anda lakukan apabila teman anda menjelek-jelekan budaya lokal Semarang?
- c. Ikut bergurau
 - d. Diam saja
 - c. Menegur
 - d. Dimarahi
72. Perasaan saya biasa-biasa saja ketika saya turut andil dalam suatu pagelaran seni (karnaval).
- c. Sangat setuju
 - d. Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Tidak setuju
73. Upaya apa yang anda lakukan untuk melestarikan tarian dan lagu daerah?
- e. Hanya sekedar mengetahui lagu dan tarian.
 - f. Ingin mengenal tarian dan mengerti lagu daerah.
 - g. Ingin dapat menari dan menyanyi lagu daerah.
 - h. Turut bergabung dalam suatu komunitas budaya daerah.
74. Lagu daerah apa yang anda hafal?
- e. Gundul-gundul pacul
 - f. Gundul-gundul pacul dan gambang suling
 - g. Gundul-gundul pacul, gambang suling dan bapak pocung
 - h. Gundul-gundul pacul, gambang suling, bapak pocung dan lir-ilir.
75. Saya selalu menonton pertunjukan seni yang merupakan budaya lokal Semarang.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
76. Saya tidak suka mengikuti ekstra kulikuler yang identik dengan kesenian.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju

77. Saya sebagai orang Semarang tidak harus mengenal budaya yang ada di kota Semarang.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
78. Budaya daerah di Semarang sangat unik dan patut dibanggakan.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
79. Saya tidak harus mengenalkan budaya Semarang pada wisatawan atau orang luar Semarang.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
80. Seseorang yang memakai pakaian adat dan sanggul akan terlihat kuno.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
81. Apakah pesan yang terkandung dalam pagelaran seni bermanfaat bagi anda?
- c. Sangat bermanfaat
 - d. Bermanfaat
 - c. Cukup bermanfaat
 - d. Tidak bermanfaat
82. Menyaksikan karnaval Semarang merupakan hal yang membuang-buang waktu.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
83. Saya lebih suka menonton *modern dance* daripada tarian Semarangan.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
84. Bagaimana perasaan anda jika dapat menarikan tarian Semarangan?
- c. Tidak suka.
 - d. Biasa saja.
 - c. Senang.
 - d. Bangga.
85. Saya susah untuk menghafalkan lagu gambang Semarang.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju
86. Saya lebih menyukai batik khas semarang daripada batik import.
- c. Tidak setuju
 - d. Kurang setuju
 - c. Setuju
 - d. Sangat setuju.

Variabel X (*Sikap Korean pop Life Style*)

Indikator	Pertanyaan	
	Positif	Negatif
Ketertarikan dan kecintaan terhadap <i>Kpop</i>	1 - 7 9	8
Konsumsi terhadap barang <i>Kpop</i>	10 14	11,12,13
Perilaku yang berkaitan dengan <i>Kpop</i>	15,16 18	17 19,20

Variabel Y (*Penghargaan terhadap budaya lokal*)

Indikator	Pertanyaan/ Pernyataan	
	Positif	negatif
Apresiasi terhadap budaya lokal	22 -2 8 29 30	21 28
Pandangan terhadap budaya lokal	31 34 40 42	32,32 35,36,37,38,39 41

Lampiran 4. Dokumentasi

DOKUMETASI

(sumber : dokumentasi pribadi 23 Juni 2013)



(sumber : dokumentasi pribadi 29 Juni 2013)



(data dokumentasi para fandom)

No	Kode	nomor soal																			Jumlah	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		20
1	R-01	4	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	53
2	R-02	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
3	R-03	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	60
4	R-04	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	62
5	R-05	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
6	R-06	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	56
7	R-07	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	66
8	R-08	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	4	63
9	R-09	4	4	4	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	65
10	R-10	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	45
11	R-11	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	2	3	1	2	52
12	R-12	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	66
13	R-13	4	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	53
14	R-14	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
15	R-15	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	60
16	R-16	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	62
17	R-17	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
18	R-18	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	56
19	R-19	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	66
20	R-20	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	62
21	R-21	4	4	4	3	2	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	66
22	R-22	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	1	2	2	3	46
23	R-23	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	1	2	50
24	R-24	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	66
25	R-25	4	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	53

No	Kode	nomor soal																						Jumlah
		21	22	23	24	25	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	40	41	42	43	44	
1	R-01	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	1	2	3	2	1	3	3	3	57
2	R-02	4	3	3	2	1	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	56
3	R-03	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	1	2	2	3	51
4	R-04	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	38
5	R-05	3	2	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	3	4	2	2	47
6	R-06	4	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	50
7	R-07	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	39
8	R-08	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	48
9	R-09	4	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	43
10	R-10	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	61
11	R-11	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	72
12	R-12	4	2	3	1	1	2	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2	1	1	1	1	1	2	43
13	R-13	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	1	2	3	2	1	3	3	1	55
14	R-14	4	3	3	2	1	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	57
15	R-15	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	1	2	2	1	49
16	R-16	3	1	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	37
17	R-17	3	2	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	3	4	2	2	47
18	R-18	4	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	50
19	R-19	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	39
20	R-20	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	48
21	R-21	4	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	3	44
22	R-22	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	60
23	R-23	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	2	70
24	R-24	4	2	3	1	1	2	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2	1	1	1	1	1	2	43
25	R-25	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	1	2	3	2	1	3	3	3	57

26	R-26	4	3	3	2	1	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	56
27	R-27	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	1	2	2	3	51
28	R-28	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	38
29	R-29	3	2	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	3	4	2	2	47
30	R-30	4	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	50
31	R-31	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	39
32	R-32	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	48
33	R-33	4	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	43
34	R-34	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	61
35	R-35	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	72
36	R-36	4	2	3	1	1	2	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2	0	1	1	1	1	2	42
37	R-37	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	1	2	3	2	1	3	3	1	55
38	R-38	4	3	3	2	1	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	57
39	R-39	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	1	2	2	1	49
40	R-40	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	36
41	R-41	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	47
42	R-42	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	3	1	2	49

ANALISIS DESKRIPTIF PERSENTASE LIFE STYLE KOREAN POP

No	Kode Resp	Ketertarikan dan kecintaan terhadap Kpop			Konsumsi terhadap barang Kpop			Perilaku yang berkaitan dengan Kpop			TOTAL		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit	Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
1	R-1	24	66,67%	T	13	65,00%	T	16	80,00%	T	53	69,74%	T
2	R-2	25	69,44%	T	15	75,00%	T	18	90,00%	ST	58	76,32%	T
3	R-3	30	83,33%	ST	13	65,00%	T	17	85,00%	ST	60	78,95%	T
4	R-4	28	77,78%	T	15	75,00%	T	19	95,00%	ST	62	81,58%	ST
5	R-5	26	72,22%	T	15	75,00%	T	18	90,00%	ST	59	77,63%	T
6	R-6	23	63,89%	T	16	80,00%	T	17	85,00%	ST	56	73,68%	T
7	R-7	28	77,78%	T	16	80,00%	T	22	110,00%	ST	66	86,84%	ST
8	R-8	28	77,78%	T	18	90,00%	ST	17	85,00%	ST	63	82,89%	ST
9	R-9	29	80,56%	T	17	85,00%	ST	19	95,00%	ST	65	85,53%	ST
10	R-10	22	61,11%	S	11	55,00%	S	12	60,00%	S	45	59,21%	S
11	R-11	24	66,67%	T	15	75,00%	T	13	65,00%	T	52	68,42%	T
12	R-12	27	75,00%	T	18	90,00%	ST	21	105,00%	ST	66	86,84%	ST
13	R-13	24	66,67%	T	13	65,00%	T	16	80,00%	T	53	69,74%	T
14	R-14	25	69,44%	T	15	75,00%	T	18	90,00%	ST	58	76,32%	T
15	R-15	30	83,33%	ST	13	65,00%	T	17	85,00%	ST	60	78,95%	T
16	R-16	28	77,78%	T	15	75,00%	T	19	95,00%	ST	62	81,58%	ST
17	R-17	26	72,22%	T	15	75,00%	T	18	90,00%	ST	59	77,63%	T
18	R-18	23	63,89%	T	16	80,00%	T	17	85,00%	ST	56	73,68%	T
19	R-19	28	77,78%	T	16	80,00%	T	22	110,00%	ST	66	86,84%	ST
20	R-20	28	77,78%	T	17	85,00%	ST	17	85,00%	ST	62	81,58%	ST
21	R-21	29	80,56%	T	18	90,00%	ST	19	95,00%	ST	66	86,84%	ST

22	R-22	22	61,11%	S	12	60,00%	S	12	60,00%	S	46	60,53%	S
23	R-23	24	66,67%	T	13	65,00%	T	13	65,00%	T	50	65,79%	T
24	R-24	27	75,00%	T	18	90,00%	ST	21	105,00%	ST	66	86,84%	ST
25	R-25	24	66,67%	T	13	65,00%	T	16	80,00%	T	53	69,74%	T
26	R-26	25	69,44%	T	15	75,00%	T	18	90,00%	ST	58	76,32%	T
27	R-27	30	83,33%	ST	13	65,00%	T	17	85,00%	ST	60	78,95%	T
28	R-28	28	77,78%	T	15	75,00%	T	19	95,00%	ST	62	81,58%	ST
29	R-29	26	72,22%	T	15	75,00%	T	18	90,00%	ST	59	77,63%	T
30	R-30	23	63,89%	T	16	80,00%	T	17	85,00%	ST	56	73,68%	T
31	R-31	28	77,78%	T	16	80,00%	T	22	110,00%	ST	66	86,84%	ST
32	R-32	28	77,78%	T	17	85,00%	ST	17	85,00%	ST	62	81,58%	ST
33	R-33	29	80,56%	T	18	90,00%	ST	19	95,00%	ST	66	86,84%	ST
34	R-34	22	61,11%	S	12	60,00%	S	12	60,00%	S	46	60,53%	S
35	R-35	24	66,67%	T	13	65,00%	T	13	65,00%	T	50	65,79%	T
36	R-36	27	75,00%	T	18	90,00%	ST	21	105,00%	ST	66	86,84%	ST
37	R-37	24	66,67%	T	13	65,00%	T	16	80,00%	T	53	69,74%	T
38	R-38	25	69,44%	T	15	75,00%	T	18	90,00%	ST	58	76,32%	T
39	R-39	30	83,33%	ST	13	65,00%	T	17	85,00%	ST	60	78,95%	T
40	R-40	24	66,67%	T	15	75,00%	T	19	95,00%	ST	58	76,32%	T
41	R-41	29	80,56%	T	18	90,00%	ST	19	95,00%	ST	66	86,84%	ST
42	R-42	29	80,56%	T	17	85,00%	ST	18	90,00%	ST	64	84,21%	ST
Jumlah		1103	72,9%	T	635	75,6%	T	734	87,38%	ST	2472	77,44%	T
		F	%		F	%		F	%		F	%	
Sangat Tinggi		4	9,52		11	26,19		32	76,19		17	40,48	
Tinggi		35	83,33		28	66,67		7	16,67		22	52,38	
Sedang		3	7,14		3	7,14		3	7,14		3	7,14	
Rendah		0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	

ANALISIS DESKRIPTIF PERSENTASE PENGHARGAAN BUDAYA LOKAL

No	Kode Resp	Apresiasi terhadap budaya lokal			Pandangan terhadap budaya lokal			TOTAL		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
1	R-1	26	65,00%	T	31	59,62%	S	57	61,96%	S
2	R-2	26	65,00%	T	30	57,69%	S	56	60,87%	S
3	R-3	21	52,50%	S	30	57,69%	S	51	55,43%	S
4	R-4	19	47,50%	S	19	36,54%	R	38	41,30%	R
5	R-5	18	45,00%	S	29	55,77%	S	47	51,09%	S
6	R-6	20	50,00%	S	30	57,69%	S	50	54,35%	S
7	R-7	14	35,00%	R	25	48,08%	S	39	42,39%	R
8	R-8	23	57,50%	S	25	48,08%	S	48	52,17%	S
9	R-9	17	42,50%	R	26	50,00%	S	43	46,74%	S
10	R-10	26	65,00%	T	35	67,31%	T	61	66,30%	T
11	R-11	30	75,00%	T	42	80,77%	T	72	78,26%	T
12	R-12	21	52,50%	S	22	42,31%	R	43	46,74%	S
13	R-13	26	65,00%	T	29	55,77%	S	55	59,78%	S
14	R-14	26	65,00%	T	31	59,62%	S	57	61,96%	S
15	R-15	21	52,50%	S	28	53,85%	S	49	53,26%	S
16	R-16	18	45,00%	S	19	36,54%	R	37	40,22%	R
17	R-17	18	45,00%	S	29	55,77%	S	47	51,09%	S
18	R-18	20	50,00%	S	30	57,69%	S	50	54,35%	S
19	R-19	14	35,00%	R	25	48,08%	S	39	42,39%	R
20	R-20	23	57,50%	S	25	48,08%	S	48	52,17%	S
21	R-21	17	42,50%	R	27	51,92%	S	44	47,83%	S
22	R-22	26	65,00%	T	34	65,38%	T	60	65,22%	T
23	R-23	30	75,00%	T	40	76,92%	T	70	76,09%	T

Lampiran 8. Uji Korelasi

Correlations

[DataSet0]

		Sikap Korean pop life style	Penghargaan budaya lokal
Sikap Korean pop life style	Pearson Correlation	1	-,797**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	42	42
Penghargaan budaya lokal	Pearson Correlation	-,797**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	42	42

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