

**PENGARUH FENOMENA *HALLYU* (*KOREAN WAVE*)
TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA ARMY (*Adorable
Representative M.C. for Youth*) BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)
Fakultas Dakwah
Program Studi Psikologi Islam



Oleh :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Linggih Wais Kurniasih
NIM : D20185054
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
JUNI 2023**

**PENGARUH FENOMENA *HALLYU (KOREAN WAVE)*
TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA *ARMY (Adorable
Representative M.C. for Youth)* BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri

Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh

gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Fakultas Dakwah

Program Studi Psikologi Islam

Oleh :

Linggih Wais Kurniasih

NIM : E20185054

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing

Anugrah Sulistyowati, S.Psi., M.Psi.

NUP. 201802166

**PENGARUH FENOMENA *HALLYU (KOREAN WAVE)*
TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA ARMY (*Adorable
Representative M.C. for Youth*) BANYUWANGI**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Fakultas Dakwah

Program Studi Psikologi Islam

Hari : Kamis

Tanggal : 22 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Muhammad Munib Awi, MA.
NIP. 197807192009121005


Nuzul Ahadiyahanto, S.Psi., M.Si.
NUP. 201802165

Anggota :

1. Dr. H. Sofyan Hadi, M.Pd.
2. Anugrah Sulistiyowati, S.Psi., M.Psi.

Menyetujui
Dekan Fakultas Dakwah

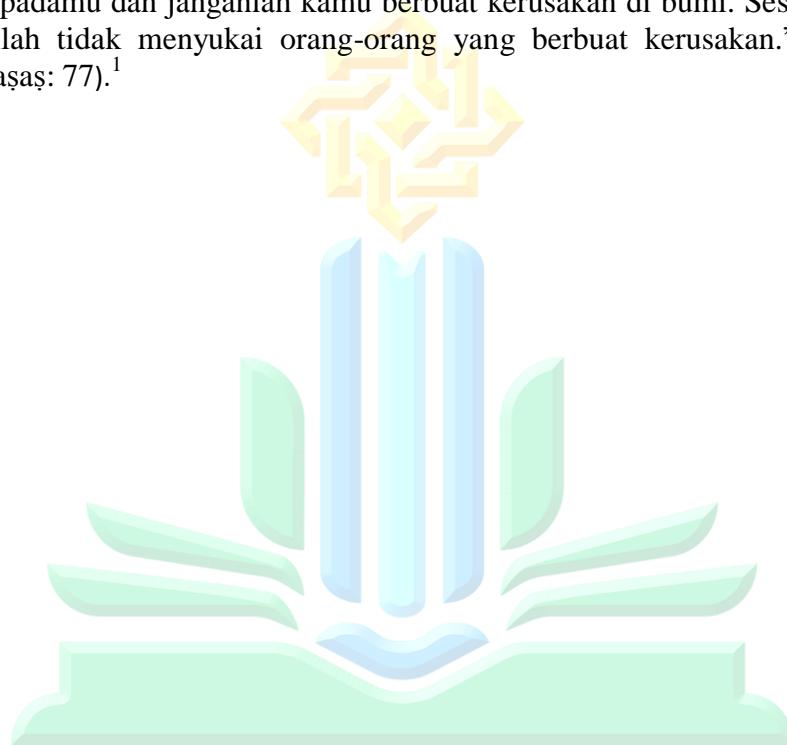

Prof. Dr. Ahidul Asror, M.Ag.
NIP. 197406062000031003



MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا آخَسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ
وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS. Al-Qaṣaṣ: 77).¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemah*, 77.

PERSEMBAHAN

Ungkapan rasa syukur yang mendalam, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, bapak Nurhadi dan ibu Srinatun. Terimakasih untuk kasih sayang nya, perjuangan dan doa untuk anakmu ini. Sampai pada akhirnya beliau tersenyum bahagia melihat kesuksesan saya.
2. Kakak saya Kukuh Andi yang selalu bertanya kapan skripsi saya selesai, padahal setiap orang ada masanya, dan setiap masa ada orangnya. Meskipun begitu terimakasih untuk dukungan yang selalu diberikan walaupun gengsi diantara kita.
3. Adik saya Nila Tria, terimakasih untuk dukungannya di dalam pembuatan skripsi ini secara langsung dan tidak langsung, agar skripsi ini sampai selesai nanti.
4. Teman dan sahabat-sahabat saya yang selalu mendukung, telah merelakan waktu, tenaga dan pikirannya inyaallah selalu ada dalam menemani proses pembuatan skripsi ini.
5. Almamater saya UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, karena sudah menerima saya sebagai mahasiswa untuk menuntut ilmu sampai akhirnya saya bisa membuat dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman Army Jember dan Banyuwangi, terimakasih untuk kesempatan nya dan bersedia dalam pembuatan skripsi ini. Telah menginspirasi saya untuk mencari masalah dalam pembuatan skripsi ini, semoga selalu solid dan *respect* ke depan nya.

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana S-1 dapat terselesaikan dengan lancar. Seiring dengan itu, penulis sangat berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Prof. Dr. Ahidul Asror, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Muhammad Muhib Alwi, M.A. selaku Ketua Program Studi Psikologi Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Anugrah Sulistiyowati, S.Psi., M.Psi. selaku Dosen Pembimbing skripsi, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, semoga kebaikan menyertai beliau.
5. Seluruh dosen pengajar UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Dakwah, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan konsep pemikiran tentang Psikologi Islam khususnya.
6. Komunitas Army Banyuwangi dan Jember, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah.

Jember, 25 Juni 2023

Linggih Wais Kurniasih
NIM.D20185054

ABSTRAK

Linggih Wais Kurniasih. 2023: *Pengaruh Fenomena Hallyu (Korean Wave) Terhadap Gaya Hidup Remaja Army (Adorable Representative M.C for Youth) Banyuwangi*

Kata kunci: *Hallyu (Korean Wave)*, Gaya Hidup

Gelombang Korea disebut juga dengan *Hallyu (Korean Wave)* adalah popularitas sebuah budaya dari Korea Selatan di Negara-negara Asia lainnya. Akibat dari pengaruh ini serta antusiasme masyarakat yang dihasilkan oleh *hallyu (korean wave)* membuat perkembangannya semakin pesat. Dari K-Pop dapat membantu menginspirasi para remaja di komunitas Army Banyuwangi untuk menemukan contoh model yang berkaitan dengan gaya hidup karena ingin meniru idola favoritnya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah. Adakah pengaruh fenomena *hallyu (korean wave)* terhadap gaya hidup remaja Army Banyuwangi?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh fenomena *hallyu (korean wave)* terhadap gaya hidup remaja Army Banyuwangi.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *survey*, pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel 50 orang. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner melalui *Google Form* secara daring.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh fenomena *hallyu (korean wave)* terhadap gaya hidup remaja Army (*Adorable Representative M.C. for Youth*) di Banyuwangi, dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($3.382 > 0.2732$) yang artinya berpengaruh signifikan skala *hallyu (korean wave)* dengan gaya hidup remaja. Dan besar pengaruh *hallyu (korean wave)* pada gaya hidup remaja adalah 19,2%.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Ruang Lingkup Penelitian	14
1. Variabel Penelitian	14
2. Indikator Variabel	14
F. Definisi Operasional	18
G. Asumsi Penelitian	19
H. Hipotesis	20
I. Sistematika Pembahasan	20

BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
A. Penelitian Terdahulu	22
B. Kajian Teori	27
1. <i>Hallyu (Korean Wave)</i>	27
2. <i>Gaya Hidup</i>	32
3. Hubungan antara <i>Fenomena Hallyu (Korean Wave)</i> Terhadap Gaya Hidup Remaja	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Populasi dan Sampel	42
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	43
D. Analisis Data	51
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	52
A. Gambaran Obyek Penelitian	52
B. Penyajian Data	57
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	60
D. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	68
A. Simpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1.1	Indikator <i>Hallyu</i>	15
1.2	Indikator Gaya Hidup	17
2.1	Penelitian Terdahulu	25
2.2	Dimensi Gaya Hidup	35
2.3	Kerangka Berpikir Hubungan Antara <i>Hallyu</i> (Korean Wave) dengan Gaya Hidup Remaja	40
3.1	<i>Blueprint</i> Skala <i>Hallyu</i> (Korean Wave) Uji Coba	44
3.2	<i>Blueprint</i> Skala <i>Hallyu</i> (Korean Wave) Sesudah Uji Coba	45
3.3	<i>Blueprint</i> Skala Gaya Hidup Uji Coba	45
3.4	<i>Blueprint</i> Skala Gaya Hidup Sesudah Uji Coba	46
3.5	Skala Likert	48
4.1	Data Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2	Data Subjek Berdasarkan Usia	56
4.3	Data Subjek Berdasarkan Status	57
4.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Hallyu</i> (Korean Wave)	58
4.5	Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup	59
4.6	Hasil Uji Normalitas	60
4.7	Hasil Uji Linearitas	61
4.8	Hasil Uji Hipotesis (t)	62
4.9	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Budaya ialah pola dasar asumsi seseorang atau grup, dengan cara hidup atau kegiatan banyak orang yang diwariskan melalui aneka macam proses pembelajaran dari generasi ke generasi, pola ini diwariskan berasal satu generasi ke generasi berikutnya buat membentuk lingkungan yang mendorong cara hidup eksklusif.² Bahasa Sansekerta adalah sumber dari kebudayaan atau budaya. Jadi, "buddayah" adalah asal bentuk jamak "buddhi" (akal atau akal), dan didefinisikan sebagai yang mengacu pada pikiran dan akal manusia. Kata latin *viz colere* ini berasal dari, yang berarti mengerjakan atau mengolah, dalam budaya Inggris. Kata "kebudayaan" yang berarti bercocok tanam atau bercocok tanam sering kali dipergunakan dalam bahasa Indonesia.³ Pikiran (cipta), rasa (karsa), dan karya merupakan unsur potensi budaya manusia.

Salah satunya adalah sejarah budaya populer dan bagaimana globalisasi mengubah kehidupan sehari-hari. Penyebaran nilai dan budaya dari satu negara ke negara lainnya menciptakan budaya global. Kelompok sosial tertentu menganut budaya. Budaya adalah pemikiran, kebiasaan, dan kebiasaan yang berkembang yang sulit untuk diubah, menurut KBBI. Pada penggunaan sehari-

² Wibowo, *Budaya Organisasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 15-16.

³ Muhaimin, *Islam dalam Bingkai Budaya Lokal; Potret dari Cirebon* (Jakarta: Logos, 2001), 153.

hari, budaya umumnya dianggap sebagai "tradisi" atau "kebiasaan". Pada situasi ini, "kebiasaan" mengacu pada praktik sesungguhnya.⁴

Dengan kata lain, kebudayaan adalah hasil ciptaan, karya, serta karsa manusia yang muncul dan terwujud setelah masyarakat atau komunitas menerima kehendak yang dilakukan secara sadar dan tanpa batas setiap hari. Ini sebuah tradisi telah berlangsung dari generasi ke generasi. Namun, perlu diketahui bahwa masyarakat tidak selalu harus beradaptasi dengan situasi tertentu. Namun, orang biasanya mengubah perilaku mereka untuk menanggapi atau beradaptasi dengan situasi yang baru saja terjadi, dengan harapan bahwa ini akan bermanfaat bagi mereka.

Cara orang hidup (berperilaku), berpikir, merasakan, meyakini, serta bercita-cita diklaim menjadi "budaya". Pada pengertian ini, budaya ialah aktualisasi diri sosial serta perilaku dari ciri-ciri serta gambaran masyarakat.⁵ Selain itu, perilaku dapat dipengaruhi oleh budaya, seperti praktik dan hukum yang ada. Budaya adalah realitas objektif yang dapat diamati. Semua budaya berasal dari lingkungannya. Tidak ada budaya yang muncul dalam komunitas terisolasi atau soliter.

Sebelum menjadi terkenal dan masuk ke Indonesia, salah satu kebudayaan dari Korea Selatan disebut *Korean Wave (Hallyu)*, yang berkembang dengan cepat dan menyebar ke seluruh dunia. Masyarakat Korea Selatan semakin dikenal di seluruh dunia karena pengaruh mereka. Segala

⁴ Software Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Balai Pustaka, 2005), 49.

⁵ Syaiful Sagala, *Memahami Organisasi Pendidikan: Budaya dan Reinventing Organisasi Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 111.

sesuatu yang berhubungan dengan Korea Selatan, termasuk budaya, pakaian, makanan, dan gaya hidup, telah menjadi tren yang sangat populer di seluruh dunia. Drama Korea, jauh sebelum mode dan musik, menarik hati jutaan orang di seluruh dunia, baik di Asia maupun Amerika. Setelah itu, *Korean Wave* masuk ke Indonesia membius masyarakat, terutama remaja. Banyak tren baru muncul, termasuk gaya berpakaian, musik, tontonan, gaya hidup, dan lain-lain. Di Indonesia, "*Korean Wave*" merupakan kata yang dipergunakan untuk mendeskripsikan Gelombang Korea yang menyebar secara menyeluruh sejak tahun 2000-an, khususnya pada kalangan generasi Net di Indonesia.⁶ Dalam bahasa Korea, istilah ini juga disebut *Hallyu*. Peneliti di berbagai perguruan tinggi di Indonesia telah memperhatikan fenomena merebaknya kecintaan pada budaya pop Korea di Indonesia dalam waktu yang singkat. Kontak interpersonal, kemajuan teknologi, dan lingkungan alam menyebabkan perubahan budaya.

Fenomena yang dikenal sebagai *Korean Wave* atau *Hallyu* menyebar ke seluruh dunia, menyebarkan budaya populer Korea melalui media massa, terutama jejaring sosial dan berbagai platform video *online*. Ini memungkinkan industri hiburan Korea menjangkau banyak khalayak yang signifikan di seluruh dunia.

Selama dua puluh tahun terakhir atau awal abad ke-21, peristiwa di Indonesia telah menjadi fenomena *Hallyu* atau gelombang Korea. Gelombang Korea (*Hallyu*), telah menjadi fenomena menarik dalam industri hiburan. nilai

⁶ Kiki Zakiah, dkk, "Menjadi Korean Di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia Korea," *Jurnal Media Tor*, No. 1 (Juni 2019): 90-101.

dan norma, serta setiap tindakan dan tindakan manusia. Dengan hadirnya produk budaya populer (Korea) seperti K-drama, K-pop, *fashion*, dan gaya hidup menyebabkan perubahan, mulai mewarnai kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Budaya dan gaya hidup Korea juga dikenal sebagai *Korean Wave (Hallyu)* menjadi sangat populer tersebar luas, termasuk Indonesia. Contohnya pengaruh budaya Korea saat ini terhadap remaja ialah budaya *Korean Pop*, atau K-pop.

Studi menunjukkan bahwa banyak anak muda pada umumnya menyukai *Hallyu*, barang-barangnya, serta budayanya sebab menjadi penggemar mendorong mereka untuk berkembang.⁷ Karena gelombang Korea menerpa semua kalangan, mulai anak muda hingga tua, dan sangat populer di kalangan penggemar remaja, sehingga peneliti tertarik subjek penelitian ini adalah seorang remaja.

Menurut Hurlock, masa remaja dimana periode transisi seseorang dimulai masa anak-anak (ketergantungan, lemah, tidak berkembang tetapi memiliki tanggung jawab yang kuat terhadap masyarakat dan diri mereka sendiri) ke masa dewasa awal.⁸ Sedangkan Kementerian Pendidikan Nasional, di sisi lain, mendefinisikan remaja sebagai seseorang yang masih muda atau baru mulai dewasa.

Masa remaja merupakan masa kemajuan berasal saat masa remaja menuju dewasa. Menghadapi perkembangan serta peningkatan yang sangat

⁷ WoongJo Chang, "Fandom *Hallyu*, Suku Di Era Jaringan Digital" (Skripsi, Universitas Hongik, 2019), 260-287.

⁸ Ade Rahmawati Siregar, Psikolog, M.Psi, "Remaja," (2012): 12.

cepat secara konkret serta intelektual. Terdapat 3 tahap masa remaja yaitu awal, tengah, dan akhir.⁹

Masyarakat umum menyukai budaya populer, yang biasanya digambarkan ringan, menghibur, dan modis. Mereka dengan cepat berkembang menjadi budaya terkenal Korea seperti K-pop, yang disukai remaja Indonesia.¹⁰

Sementara *K-pop* sendiri muncul tahun 2009 sampai 2013 berkembang pesat di Indonesia. Blog Indonesia Asia Fan Club (AFC), yang berfokus pada berita tentang dunia hiburan Korea, mengamati perkembangan budaya Korea. Pada tahun 2002, anak muda di Indonesia mulai tertarik dengan budaya Korea. Saat Piala Global FIFA, yang populer di seluruh dunia yang diadakan di Korea Selatan.¹¹

Korea Selatan menggemparkan industri musik selesainya kesuksesan drama Korea. Menggabungkan *grup band* laki-laki dan wanita yang memainkan lagu menggunakan tarian (*dance*) sebagai ciri khas baru Korea, itu mengejutkan masyarakat terutama para remaja.¹²

Boy band dan *girl band* Korea yang sukses muncul di pasar Indonesia sebagai akibat dari *Korean Wave* atau *Hallyu* contohnya *boy band* asal Korea Selatan seperti BTS dan lain sebagainya. Menurut hotdetik.com, Indonesia kemungkinan memiliki penggemar musik K-pop terbesar kedua setelah AS.

⁹ Amita Diananda, "Psikologi Remaja dan Permasalahannya" *Journal ISTIGHNA* 1, no. 1 (2019): 117-118.

¹⁰ Storey, dalam Jhon Storey, *Cultural Studies Dan Kajian Pop* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 140.

¹¹ Cakrayuri Nuralam, "Bukti Nyata Laga Korea Selatan di Piala Dunia 2002 Diatur FIFA," diakses Juni 1, 2022, <http://bola.liputan6.com/read/2245312/bukti-nyata-laga-korea-selatan-di-piala-dunia-2002-diatur-fifa>.

¹² Oleh karena itu, menjelaskan bahwa koreografi adalah tarian atau olah gerak yang ditampilkan dalam lagu maupun film.

Selain itu, artikel tadi menjelaskan bahwa salah satu *boy band* yang mempunyai penggemar terbanyak di Indonesia.¹³

Banyak remaja di Indonesia tak jarang mengikuti tren mode, mengoleksi barang-barang yang berkaitan dengan idola mereka, termasuk remaja yang sangat memuja idola Korea. Mereka pula membuat komunitas (*fandom*) seputar masing-masing idola nya.¹⁴

Penggemar Korea membuat grup pengikut, ilustrasi *fandom* atau *fun club* ARMY, merupakan *fun club* Boy BTS yang populer di Korea selama dua dekade terakhir ini. Contohnya remaja di Indonesia membentuk pergaulan dengan satu lingkungan (*fandom* ARMY) sesuai domisili masing-masing.¹⁵ Sehingga dengan mudah para peneliti, menjumpai banyak para penggemar (*fans*) termasuk komunitas ARMY Banyuwangi asal Banyuwangi, Jawa Timur, Indonesia.

Novita Sari seorang remaja dengan status bekerja, sejak mengenal dunia K-pop tahun 2020 an, pada awal-awal pandemi Covid-19 di Indonesia, dia mulai mencoba mengikuti dan tertarik *lifestyle* Korea. Mulai dari musik, drama, serta gaya hidupnya seperti gaya berbusana, berbahasa, dan gaya rambut. Bergabung menjadi komunitas Army Banyuwangi karena menyukai musik K-pop dari *boy band* asal Korea Selatan yaitu BTS. Misalnya setiap hari selalu memutar dan mendengarkan lagu idolanya, mencari tahu informasi

¹³ Metta Devina, dkk, "Efektivitas Penggunaan Bangtan Sonyeondan (BTS) Sebagai Celebrity Endorser Samsung Galaxy S20+ BTS Edition Pada ARMY Indonesia," *Jurnal E-Komunikasi*, no. 2 (2021), 2.

¹⁴ Storey menjelaskan bahwa untuk menyebut sikap kegemaran atau merujuk pada penggemar.

¹⁵ Dina Khairunnisa, "Budaya K-Pop dan Kehidupan Sosial Remaja" (Skripsi, 2014), 4.

terkait idolanya di sosmed, membeli pernak-pernik yang berhubungan dengan idolanya, serta rajin menabung dan menghemat uang demi membeli album serta barang-barang official buatan idolanya.¹⁶ Selain itu menurut temuan para peneliti, banyak remaja berusia antara 17 hingga 27 tahun yang memuja BTS dan idola *K-pop* lainnya.

Tren yang sedang merebak di Indonesia saat ini menciptakan fenomena baru. Salah satu contohnya adalah penjualan paket makanan cepat saji McDonald's (McD) yang disebut BTS Meal yang bekerja sama dengan artis dari Korea Selatan yaitu Bangtan Boys (BTS), yang menghasilkan fenomena sosial di kalangan masyarakat. Kenyataannya, fenomena yang terjadi menimbulkan banyak pertanyaan di tengah masyarakat. Dengan alasan seperti mereka (penggemar) rela menghabiskan banyak uang hanya untuk membeli bungkus makanan berwarna ungu dengan logo BTS. Dapat disimpulkan bahwa penggemar *boy band* BTS memiliki nilai untuk menghargai bahkan hal terkecil sekalipun. Sisi positifnya, penggemar yang menjaga wadah dapat mengurangi jumlah sampah. Hal ini menggambarkan bahwa individu memiliki alasan tertentu dalam mengambil keputusan dan setiap individu memiliki standar **I**bahagia itu sederhana dengan bersyukur memiliki dan mengkoleksi dari barang-barang tersebut.

Setiap budaya baru yang masuk ke Indonesia memiliki sisi baik dan buruk, seperti budaya luar (budaya barat) yang berkembang di negara itu. Ini juga berlaku untuk budaya Korea. Remaja penggemar budaya Korea, termasuk

¹⁶ Novita Sari, diwawancarai oleh Penulis, Banyuwangi, Februari 2020.

K-pop, *K-drama*, dan bahkan *merchandise*, tidak hanya membeli rekaman tetapi juga mengeluarkan banyak uang untuk menghadiri konser di luar negeri.

Hal ini mengubah cara berperilaku individu, sejalan fenomena yang terjadi di Indonesia pada 9 Juni 2021 disebut BTS Meal.¹⁷ Fenomena ini terkandung banyak hal terdiri sebagai berikut pesanan membludak serta antrean panjang, koleksi logo makanan BTS, obsesi produk dengan waktu penjualan harian terbatas, serta *fandom* Army yang royal memberikan imbalan atau kompensasi kepada para OJK yang rela berkorban menghadapi antrean pesanan BTS Meal dengan OJK lainnya.

Sikap dan gaya hidup kita sebenarnya mengagumi (menyukai) suatu budaya tidaklah salah maupun dilarang, dan setiap umat muslim seharusnya memperhatikan jenis budaya yang masuk dan menyaring yang baik, termasuk budaya Korea Selatan. Hal ini juga berlaku ketika seorang muslim mengidolakan seseorang. Selagi idola mereka dapat menjadi contoh yang baik bagi diri sendiri, Agama Islam tidak melarang umatnya.

Jenis *Hallyu* (*Korean Wave*) yang beragam mulai *merchandise* (pernak-pernik) yang menarik tentang idolanya dapat menimbulkan perilaku meniru, dan berperilaku konsumtif pada penggemarnya. Perilaku ini dalam agama Islam disebut dengan perilaku berlebihan dan mubazir. Sedangkan Agama Islam sendiri tidak menganjurkan umatnya untuk bersikap berlebih-lebihan yang tercantum dalam firmannya:

¹⁷ BBC News Indonesia, "BTS Meal Mcd: Kerumunan, penutupan gerai, donasi hingga dijual jutaan rupiah, fenomena apa yang terjadi?," Juni, 2021, <https://penerbitdeepublish.com/cara-menulis-kutipan-dari-berita-online/>.

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

Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), “Wahai Ahlulkitab, janganlah kamu berlebih-lebihan dalam (urusan) agamamu tanpa hak. Janganlah kamu mengikuti hawa nafsu kaum yang benar-benar tersesat sebelum kamu dan telah menyesatkan banyak (manusia) serta mereka sendiri pun tersesat dari jalan yang lurus.” (QS. Al-Maidah: 77).¹⁸

Sikap inilah melahirkan sikap alamiah seseorang, seperti penggemar kepada idola nya dapat diubah melalui peristiwa nyata tersebut. Selain itu, mengingat fenomena *hallyu* berdampak signifikan pada masyarakat, penting untuk melanjutkan diskusi dan menyelidiki lebih dalam lagi efek ke depannya. Berdasarkan pernyataan di atas, berikut sejumlah kasus *hallyu* yang terjadi di Indonesia saat ini. Untuk memberikan alasan dan memperkuat bagi peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya tentang fenomena *hallyu* terhadap gaya hidup remaja berikut beberapa referensi penelitian terdahulu.

Penelitian referensi Monique Fiolitha M.T dan Irwansyah tahun 2020. Temuan studi tersebut, penggemar muda Korea menerima pemahaman tentang budaya Korea sebagai akibat dari gambaran mereka terhadap K-pop serta K-drama. Gaya hidup remaja ditentukan oleh fenomena *Korean Wave*.¹⁹

Penelitian 2015 oleh Miftaqurrohmah dari Universitas Nusantara PGRI Kediri berjudul "Dampak *Korean Wave* Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UNP Kediri" menghasilkan beberapa faktor. Hal ini menunjukkan secara tidak

¹⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemah*, 77.

¹⁹ Monique Fiolitha M.T, “Peranan Audiovisual Dalam Fenomena Hallyu Sebagai Budaya dan Gaya Hidup Remaja Di Jakarta,” *Dinamika Sosial Budaya*, no. 2 (2020): 184-201.

eksklusif bahwa *Korean Wave* berdampak di gaya hidup mahasiswa UNP Kediri.²⁰

Berikut efek penyebaran budaya Korea di Indonesia, berdampak positif maupun negatif antara lain: belajar menabung, belajar berbisnis, dan memperoleh teman serta pengalaman baru. Sedangkan negatif nya ketika penggemar menginginkan sesuatu, mereka rela menghabiskan banyak uang demi kepuasan sesaat dan kurang bermanfaat.

Alangkah baiknya sebagai seorang remaja yang baik lebih afdol mengenal dan melestarikan budaya sendiri (Indonseia) dibanding budaya asing (Korea). Dengan demikian, budaya Korea harus memiliki strategi yang dapat kita contoh dan tiru untuk mengembangkan nilai-nilai positifnya dan menghilangkan nilai-nilai negatif. Meskipun budaya Korea telah menjadi bagian dari masyarakat kita. Sebagai orang Indonesia, kita harus bangga dengan budaya negara sendiri. Oleh karena itu, sangat penting untuk tampil menonjol di kalangan pemuda Indonesia, dan lebih kritis lagi membangun kembali cara hidup kita sendiri untuk membuat para remaja tertarik dan mencintai budaya sendiri. Tanpa mengurangi rasa kebanggaan nasional kita terhadap budaya Indonesia.

Di dukung dari Teori use and gratification yang mengemukakan masyarakat menjadi konsumen aktif (media konten) dibuktikan dengan mempertimbangkan generasi digital anak muda Jakarta dan gaya hidup mereka

²⁰ Miftaqurrohmah, "Dampak Korean Wave Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UNP Kediri" (Skripsi, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2015).

yang bergeser. Kelompok masyarakat juga berperan aktif dalam mencari kepuasan tertentu melalui konten media.²¹

Di Indonesia sendiri khususnya di Jakarta, fenomena *Hallyu* dapat diamati melalui media *drakor* dan video musik *K-pop*, selain itu gaya hidup global. Contoh makanan, kosmetik, dan pariwisata ini merupakan gaya hidup digital generasi muda Jakarta karena percepatan transformasi distribusi budaya.²² Remaja di Jakarta senang meniru cara hidup orang Korea yang mereka sukai. Mereka mengambil cara hidup orang Korea yang suka mengunjungi *cafe* sekedar *hunting* dengan teman. Mereka bukan hanya membeli dan menggunakan barang-barang bermerek Korea tetapi banyak hal lainnya. Misalnya, membemi dan mengkoleksi album CD (DVD), *lightstick* yang dibuat oleh masing-masing *fandom*, *souvenir*, tas, kosmetik, dan tiket konser *K-pop* yang mahal. Hal ini dapat mendorong keingintahuan IQ, dorongan, dan keinginan sebagainya.

Gaya hidup ini mencakup perubahan dalam sikap, tingkah laku, tindakan, nilai, dan norma, merupakan wujud mempengaruhi seseorang. Yang biasanya disebut sebagai masa peralihan atau transisi. Dimana seseorang (remaja) mengalami saat-saat tersebut. Sebagai akibat dari kebudayaan di tengah bermasyarakat. Sampel dalam penelitian ini adalah Army Banyuwangi. Sudah diketahui bersama bahwa peneliti menemukan gaya hidup seseorang yang mengalami pergeseran misalnya budaya Indonesia ke Korea yang sudah

²¹ Monique Fiolitha M.T, "Peranan Audiovisual Dalam Fenomena *Hallyu* Sebagai Budaya dan Gaya Hidup Remaja di Jakarta," *Dinamika Sosial Budaya*, no. 2 (2020), 196.

²² Fiolitha, 197.

disebutkan sebelumnya. Melakukan beberapa observasi setiap kali ada acara besar atau kecil di Army Banyuwangi, peneliti secara langsung hadir dan mengikuti budaya menjadi penggemar K-pop. Berdasarkan pertanyaan di atas, peneliti tertarik dan perlu melakukan penelitian lebih lagi terkait fenomena *hallyu* ini karena melihat perkembangan budaya *K-pop* di Indonesia semakin pesat. Berkaitan dengan sikap, perilaku dan karakteristik yang muncul banyak kesamaan. Oleh sebab itu, peneliti ingin melakukan penelitian terkait apakah ada pengaruh fenomena *Hallyu (Korean Wave)* terhadap gaya hidup seseorang dengan judul: "Pengaruh Fenomena *Hallyu (Korean Wave)* terhadap Gaya Hidup Remaja Army (*Adorable Representative M.C. for Youth*) Banyuwangi”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh fenomena *Hallyu (Korean Wave)* pada Gaya Hidup Remaja Army (*Adorable Representative M.C. for Youth*) Banyuwangi ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh fenomena *Hallyu (Korean Wave)* terhadap gaya hidup remaja, *fandom boy band* BTS asal Korea Selatan yaitu Army (*Adorable Representative M.C. for Youth*) Banyuwangi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai, penelitian ini berguna di bidang pendidikan yaitu:

1. Manfaat Teoritis

a. Lingkungan Akademis

Secara teoritis terkait pengaruh fenomena *hallyu (korean wave)* dalam dunia masyarakat sosial dalam aspek kebudayaan, berbahasa, pendidikan, psikologi, serta pengaruh terhadap keberlangsungan hidup seseorang. Untuk bahan rujukan dalam melakukan penelitian mengenai fenomena *hallyu (korean wave)* dan gaya hidup seseorang dalam studi literatur mendatang.

b. Lembaga

Penelitian ini diharapkan mampu memberi edukasi ilmu pengetahuan, menambah dan memperluas wawasan dan pergaulan, serta menciptakan peluang bisnis dan ilmu yang bermanfaat pada pihak-pihak yang terkait, khususnya bagi penggemar yang menyukai idolanya.

2. Manfaat Praktis

a. Subjek Penelitian

Mampu memberikan referensi terkait adanya pengaruh fenomena *hallyu (korean wave)* terhadap seseorang khususnya para anak muda sampai orang tua. Dan subjek dalam penelitian ini bersedia dan berkenan menjadi responden penelitian.

b. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian bisa rujukan (referensi) dengan faktor-faktor yang sama penelitian selanjutnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Peneliti fokus untuk melihat (masalah) obyek penelitian.²³ Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel terdiri dari:

a. Variabel Bebas (*independent variable*).

Variabel *independen* ialah variabel yang disebut variabel independent yaitu variabel yang mempengaruhi (sebab) munculnya variabel terikat.²⁴ Variabel bebas dalam penelitian ini merupakan *Korean Wave (Hallyu)*.

b. Variabel Terikat (*dependent variable*).

Variabel dependent biasanya disebut dengan variabel terikat. Dimana kondisi yang ingin dijelaskan, tidak dimanipulasi melainkan ingin mengetahui variasinya.²⁵ Variabel terikat di penelitian ini adalah gaya hidup seseorang.

2. Indikator Variabel

Fenomena *Hallyu*, juga disebut sebagai *Korean Wave*, adalah tren budaya yang dipengaruhi oleh sejumlah instrumen berbeda, seperti drama Korea, *K-pop*, *K-drama*, *fashion*, pariwisata, dan makanan.

²³ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 50.

²⁴ Karlinger menjelaskan pengelompokan variabel.

²⁵ Karlinger, 52.

a. **Indikator *Hallyu* atau *Korean Wave*,**²⁶ menurut Ariffin dapat diukur berikut terdiri dari:

1) *Role Model* (Panutan)

Seorang tokoh yang memberikan teladan (baik atau positif) untuk diikuti orang lain sebagai panutan.

2) *Expression of Idolization* (Ekspresi dari Pemujaan)

Sebuah ekspresi atau tindakan seseorang yang memuja idola nya yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu imitasi (peniruan), pemujaan, pengetahuan dan konsumerisme.

Tabel 1.1
Indikator *Hallyu*

Variabel	Aspek	Indikator
<i>Hallyu</i>	<i>K-pop</i>	1. <i>Role Model</i> (panutan)
		2. <i>Expression of Idolization</i> (ekspresi dari pemujaan)

b. **Indikator Gaya Hidup**

terdapat dua belas indikator gaya hidup seseorang menurut

Reynold dan Darden menjelaskan terdiri dari²⁷:

1) *Hobi*

adalah kegiatan santai yang dilakukan di waktu luang untuk menghilangkan stress.

²⁶ Raviv Zailin Zainal Ariffin, et al, "Menganalisis Dimensi Budaya Populer Korea Kalangan Remaja Malaysia," Prosiding. (2013), 24-26.

²⁷ Dwi Indrastuti, "Studi Deskriptif Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Asal NTT di Yogyakarta" (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, 2006), 9-10.

2) Hiburan

adalah apapun yang dapat melibatkan atau meringankan keterpurukan.

3) Belanja

untuk memperoleh aset tetap yang menguntungkan serta aset lainnya selama lebih dari satu periode akuntansi disebut (anggaran).

4) Liburan

adalah waktu yang dihabiskan individu atau kelompok tertentu untuk bersantai tanpa henti.

5) Media

Segala berbentuk media sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada penerimanya.

6) Mode

Dalam hal pakaian, gaya rambut, pola hias, dan sebagainya, fashion mengacu pada gaya (cara, bentuk) yang paling mutakhir.

7) Makanan

adalah kebutuhan wajib manusia yang sehari-hari harus dipenuhi lalu diolah dengan baik yang bermanfaat bagi tubuh.

8) Rumah

Struktur yang mampu sebagai rumah (swasta) sebagai sarana pembinaan keluarga.

9) Pekerjaan

Segala sesuatu yang dilakukan untuk mencari nafkah atau sebagai sarana untuk mendapatkan uang.

10) Diri sendiri

Ini adalah pandangan individu untuk melihat dan memahami kelebihan dan kekurangan dirinya sendiri sehingga ia dapat menangani keputusannya saat bekerja sama dengan orang lain atau bahkan dirinya sendiri.

11) Produk

Segala sesuatu yang dapat dibeli, dipakai, dan mengkonsumsi memenuhi keinginan atau kebutuhan.

12) Isu-isu sosial

Perbedaan budaya atau masyarakat yang mengancam kehidupan sosial adalah masalah sosial.

Tabel 1.2
Indikator Gaya Hidup

Variabel	Aspek	Indikator
Gaya Hidup	1. Aktivitas	1. Hobi
		2. Hiburan
		3. Belanja
		4. Liburan
	2. Minat	5. Media
		6. Mode
		7. Makanan
		8. Rumah
		9. Pekerjaan
	3. Opini	10. Diri sendiri
		11. Produk
		12. Isu-isu sosial

F. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono, konsep operasional adalah konsep yang disajikan dan berkembang berbentuk akurat memunculkan gejala tingkah laku yang diamati.²⁸

1. *Hallyu (Korean Wave)*

Fenomena budaya yang menguntungkan bangsa dan berperan penting dalam diplomasi publik Korea Selatan. Fenomena *Hallyu* atau Gelombang Korea, berpusat pada pola sosial yang dipengaruhi oleh instrumen seperti *K-drama*, *K-pop*, *dance*, *fashion*, pariwisata, dan makanan. Budaya Korea ini menjadi fenomena tren global di Negara Asia lainnya.

2. Gaya Hidup

adalah cara hidup seseorang berinteraksi dengan lingkungannya secara umum, yang dapat dilihat dan diamati baik dalam hal waktu maupun uang. Dapat diklasifikasikan dalam aspek aktivitas, minat, dan opini nya.

G. Asumsi Penelitian

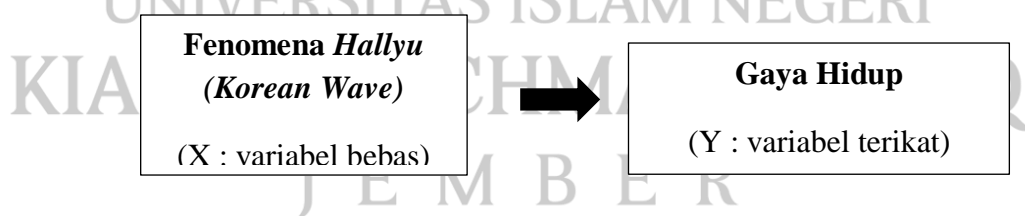
Asumsi penelitian biasanya disebut sebagai asumsi dasar atau postulat sebelum memulai pengumpulan data. Anggapan esensial itulah penalaran yang dirasakan oleh peneliti.²⁹

²⁸ Bhebeb Oscar, Diah Sumirah, "Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra Internasional TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur Bandung," *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, no. 1 (Maret 2019): 3.

²⁹ STAIN Jember Press, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: STAIN Jember Press, 2021), 37.

Dalam penelitian ini, asumsi kami adalah bahwa fenomena *Hallyu* (*Korean Wave*) mempengaruhi gaya hidup remaja. Kami menemukan fenomena ini di Army Banyuwangi, komunitas *fandom boy band* BTS. Penelitian ini akan menyelidiki bagaimana sebagian besar remaja memiliki gaya hidup yang dipengaruhi oleh fenomena *Hallyu*. Misalnya, perubahan perilaku yang dapat dilihat secara langsung, seperti gaya berbicara dan bahasa yang digunakan saat berpartisipasi dalam grup *WhatsApp* atau saat berkumpul dengan penggemar, di mana mereka secara tidak sadar menggunakan bahasa Korea (*Hangul*), misalnya untuk menyapa dengan "*Annyeoung*". Selanjutnya, gaya berpakaian remaja mengikuti tren yang diikuti oleh idolanya dan mirip dengan orang Korea.³⁰ Faktanya, fenomena *BTS Meal* terjadi di Indonesia satu tahun yang lalu, menyebabkan antrean panjang di banyak gerai *McDonald's*.

Berdasarkan pengertian asumsi di atas, hipotesis penelitian ini adalah bahwa fenomena *hallyu*, atau gelombang Korea, memengaruhi gaya hidup remaja Army Banyuwangi.



Keterangan : Contoh hubungan variabel bebas-terikat

³⁰ Observasi di Army Banyuwangi, Maret 2021.

H. Hipotesis

Spekulasi adalah solusi sementara untuk masalah ini setelah peneliti berkonsentrasi pada masalah tersebut dan meletakkan anggapan mendasar. Sejak saat itu, ilmuwan membuat hipotesis yang tidak kekal, yang sebenarnya harus diuji kebenarannya. Selanjutnya, spekulasi dapat dicirikan sebagai penjelasan yang tepat yang menunjukkan hubungan normal antara faktor bebas dan variabel dependen.³¹ Dari pernyataan teoritik di atas adalah:

1. Hipotesis Nihil (Ho) : “fenomena *korean wave* (hallyu) tidak mempunyai pengaruh pada gaya hidup remaja”.
2. Hipotesis Alternatif (Ha) : “fenomena *hallyu* memiliki pengaruh terhadap remaja”.

I. Sistematika Pembahasan

Gambaran tentang bagaimana prosedur skripsi berlangsung mulai bab pembuka sampai bab penutup. Sistematika penulisan pembahasan menggunakan format deskriptif naratif yang membedakannya dari daftar isi.³²

Untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh dan lebih baik tentang pembahasan proposal skripsi ini, penulis membahas pembahasan ini secara menyeluruh:

Bab I, berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, ruang lingkup, metode, serta sistematika pembahasan dibahas dalam

³¹ Jim Hoy Yam, Ruhayat Taufik, “Hipotesis Penelitian Kuantitatif,” *Jurnal Ilmu Administrasi*, no. 2 (2021): 2.

³² Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2021), 82.

Bab II, membahas literatur dan dapat mencakup penelitian sebelumnya dan studi teori.

Bab III, yaitu metode dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, serta jenis dan pendekatan penelitian, sumber data dan populasi, sampel, dan instrumen.

Bab IV, melaporkan hasil penelitian serta mencakup penjelasan tentang subyek dan obyek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis, dan diskusi tentang data.

Bab V, menyampaikan kesimpulan data dan kesimpulan penelitian.

Bagian terakhir berisi daftar pustaka, lampiran, matriks penelitian, skala likert, skala *blueprint*, tabulasi data angket, data hasil penelitian bantuan program SPSS, surat izin penelitian skripsi, surat selesai penelitian dari komunitas Army Banyuwangi, foto dokumentasi dengan Army Banyuwangi, dokumentasi dari formulir Google, pernyataan keaslian tulisan, dan biodata penulis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Salah satu tujuan peneliti untuk memimpin pemeriksaan ini adalah untuk meningkatkan hipotesis yang mereka gunakan untuk menghindari pemalsuan dalam penelitian. Berikut daftar penelitian terdahulu berkaitan dengan penelitian:

1. Penelitian oleh Monique Fiolitha M.T & Irwansyah pada tahun 2020 yang berjudul “Peranan Audiovisual Dalam Fenomena *Hallyu* sebagai Budaya dan Gaya Hidup Remaja di Jakarta”. Tujuan penelitian yang menggunakan *desk review* atau penelitian pustaka di samping pendekatan kualitatif deskriptif ini adalah untuk mengkaji peran teknologi audiovisual pada pertumbuhan *hallyu* menjadi budaya terkenal serta gaya hidup remaja di Indonesia.³³ Bahwa media audiovisual memengaruhi para remaja penggemar Korea, karena drama dan pop Korea secara luas memberikan asupan budaya. Peran penting orang tua dalam mendidik anak perlu untuk mencegah efek negatif.
2. Penelitian lain dilakukan oleh Mifta Qurrohmah pada tahun 2015 berjudul “Dampak *Korean Wave* Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UNP Kediri”. Desain penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini, yang menggambarkan apa yang terjadi dan ditemukan di bidang atau wilayah

³³ Monique Fiolitha M.T, “Peranan Audiovisual Dalam Fenomena *Hallyu* Sebagai Budaya dan Gaya Hidup Remaja di Jakarta,” *Dinamika Sosial Budaya*, no. 1 (2020): 196.

tertentu.³⁴ Kajian di atas menemukan beberapa penyebab dan dampak dari berbagai fenomena *hallyu*. Salah satu faktor penyebabnya adalah bahwa orang menyukai budaya Korea (*hallyu*) karena para artis Korea memiliki wajah yang cantik dan ganteng. Faktor lain adalah bahwa fenomena ini sebagian mengikuti gaya-gaya budaya orang Korea serta memengaruhi eksistensi budaya Indonesia.

3. Ema Sukma Wardani & Awan Santosa pada tahun 2020 berjudul “Pengaruh *Hallyu*, AVbassador Merek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur di Yogyakarta”.³⁵ Hanya satu variabel, citra merek yang direkomendasikan, memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk *Nature Republic* di Yogyakarta.
4. Zaili Zainal Ariffin, dkk. pada tahun 2013 berjudul “Menganalisis Dimensi Budaya Populer Korea Kalangan Remaja Malaysia”. Studi ini menggunakan tinjauan subjektif yang luas yang berfokus pada musik terkenal di Malaysia, dan ada kelangkaan eksplorasi kuantitatif untuk mengukur variabel spesifik ini.³⁶ Sangat penting untuk mempelajari lebih banyak aspek budaya populer Korea karena setiap aspek memiliki aspek yang berbeda.

³⁴ Mifta Qurrohmah, “Dampak Korean Wave Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UNP Kediri” (Artikel Skripsi, 2015).

³⁵ Ema Sukma Wardani & Awan Santosa, “Pengaruh *Hallyu*, Ambassador Merek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur di Yogyakarta,” *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, no. 2 (2020): 203-211.

³⁶ Zailin Zainal Ariffin, et al, “Menganalisis Dimensi Budaya Populer Korea Kalangan Remaja Malaysia,” Prosiding. (2013).

5. Prayogo Pangestu Adjie pada tahun 2013 berjudul “Gaya Hidup Mahasiswa Untirta Melalui *Korean Wave*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, menggunakan teori adat budaya *De Fleur* serta Semiotika, yaitu bagaimana media mempengaruhi kebudayaan, pengetahuan, adat, dan nilai pada masyarakat serta pemaknaan akan ciri-ciri *Korean Wave* kemudian dianalisis. Dengan cara berpakaian siswa, cara berbicara, dan budaya konsumen semuanya diperiksa sebagai bagian dari analisis gaya hidup mahasiswa.³⁷ Selain itu, gaya hidup siswa Untirta telah berubah karena siswa sekarang lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton film Korea.
6. Keenam, Dwi Indrastuti pada tahun 2006 berjudul “Studi Deskriptif Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Asal NTT di Yogyakarta”. Skala gaya hidup hedonis, skala peringkat kumulatif, guna pengumpulan data penelitian. Penelitian ini bertujuan guna mendeskripsikan cara hidup hedonistik mahasiswa NTT di Yogyakarta.³⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan datang dilakukan oleh peneliti terletak pada variabel dan subyek penelitian. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak dari segi metode penelitian yang kebanyakan dari penelitian terdahulu menggunakan metode pendekatan kualitatif.

³⁷ Prayogo Pangestu Adjie, “Gaya Hidup Mahasiswa Untirta Melalui Korean Wave” (Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2013).

³⁸ Dwi Indrastuti, “Studi Deskriptif Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Asal NTT di Yogyakarta” (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, 2006).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Monique Fiolitha M.T & Irwansyah(2020)	Peranan Audiovisual Dalam Fenomena <i>Hallyu</i> Sebagai Budaya Dan Gaya Hidup Remaja di Jakarta	Persamaan nya dengan penelitian mendatang terletak pada variabel dan subyek penelitian nya.	Perbedaan dalam penelitian ini yakni dengan metode kualitatif, sedangkan di skripsi penulis meneliti adalah metode kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja penggemar Korea di pengaruhi teknologi. Karena secara gencar pihak Korea memberikan asupan mengenai kebudayaan Korea lewat K-Pop dan K-Drama.
2.	Miftaqurrohmah (2015)	Dampak <i>Korean Wave</i> Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UNP Kediri	Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti gaya hidup dan subyek nya mahasiswa beberapa masih disebut remaja akhir.	Perbedaan dalam penelitian ini yakni dengan metode kualitatif, sedangkan di skripsi penulis meneliti adalah metode kuantitatif.	Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan ada beberapa faktor yaitu: a. Penyebab penggemar menyukai <i>korean wave</i> karena artis-artisnya visual seperti ganteng dan cantik. b. Sebagai penggemar tidak semuanya gaya ditiru idola nya seperti gaya berpakaian. c. Mahasiswa menggunakan bahasa <i>Hangul</i> (Korea) saat berkumpul dengan kelompok <i>fandom</i> mereka. d. Kebanyakan dari mahasiswa menunjukkan perilaku konsumtif seperti membeli yang berhubungan dengan idola mereka. e. Sebagai seorang penggemar mereka tetap mencintai budaya mereka sendiri mengurangi rasa nasionalisme dari dalam diri, karena

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
					kecintaan pada Korea hanya sebatas hobi.
3.	Ema Sukma Wardani & Awan Santosa (2020)	Pengaruh <i>Hallyu</i> , Ambassador Merek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur di Yogyakarta	Sama-sama persamaannya terletak di subyek, variabel dan metodenya.	-	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk <i>Nature Republic</i> di Yogyakarta.
4.	Zaili Zainal Ariffin, dkk (2013)	Menganalisis Dimensi Budaya Populer Korea Kalangan Remaja Malaysia	sama-sama meneliti pada variabelnya.	Perbedaan dalam penelitian ini yakni dengan metode kualitatif, sedangkan di skripsi penulis meneliti adalah metode kuantitatif.	Hasil penelitian ini adanya eksplorasi hubungan antara budaya populer Amerika dan beberapa aspek tertentu dari perilaku konsumen di kalangan remaja Malaysia.
5.	Prayogo Pangestu Adjie (2013)	Gaya Hidup Mahasiswa Untirta Melalui <i>Korean Wave</i>	Persamaannya di kedua variabel, serta subyek penelitian.	Perbedaan dalam penelitian ini yakni dengan metode kualitatif, sedangkan di skripsi penulis meneliti adalah metode kuantitatif.	Hasil dari penelitian ini adalah mengenai gaya hidup mahasiswa Untirta yang mengalami perubahan, saat ini mahasiswa banyak menghabiskan waktunya untuk menikmati tayangan-tayangan Korea.
6.	Dwi Indrastuti (2006)	Studi Deskriptif Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Asal NTT di Yogyakarta	Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti gaya hidup subyeknya mahasiswa bisa disebut juga remaja akhir.	Perbedaan dalam penelitian ini yakni dengan metode kualitatif, sedangkan di skripsi penulis meneliti adalah metode kuantitatif.	Hasil penelitian ini subjek penelitian secara umum memiliki gaya hidup hedonis rendah.

Sumber: Olahan oleh peneliti

B. Kajian Teori

Teori utama yang mendasari penelitian ini adalah Teori Belajar Sosial (*social learning theory*) yang disandarkan pada ilmu psikologi oleh Albert Bandura yang membicarakan tentang jiwa. Sedangkan jiwa itu sendiri tidak tampak, sehingga dapat diamati (observasi) melalui tingkah laku sebagai manifestasi dari jiwa. Dimana arah alirannya di pengaruhi oleh tulisan Miller dan Dollard (1941) yang berjudul *Social Learning And Imitation*. Pokok pemikiran Bandura merupakan bentuk pengembangan dari ide Miller dan Dollard tentang belajar meniru (*imitative learning*).³⁹

Bandura mengelaborasi proses belajar sosial dengan faktor-faktor kognitif dan behavioral yang memengaruhi seseorang dalam proses belajar sosial. Teori kognitif sosial adalah teori yang mengutamakan gagasan bahwa sebagian besar pembelajaran manusia terjadi di dalam lingkungan sosial. Dengan mengamati orang lain, keyakinan-keyakinan, dan sikap-sikap. Contoh seorang individu dapat melihat contoh-contoh atau model-model untuk dipelajari kegunaan dan kesesuaian perilaku akibat dari perilaku modeling, lalu mereka bertindak sesuai dengan keyakinan tentang kemampuan dan hasil yang diharapkan dari tindakan mereka.⁴⁰

Jadi, sudut pandang dari belajar sosial Albert Bandura adalah suatu perilaku belajar merupakan hasil dari kemampuan individu memaknai suatu pengetahuan (informasi), yaitu memaknai suatu model yang ditiru

³⁹ Herly Janet Lesilolo, "Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura Dalam Proses Belajar Mengajar Di Sekolah," *KENOSIS*, no. 2 (Desember 2018).

⁴⁰ Elga Yanurdianto, "Teori Kognitif Sosial Albert Bandura," *Jurnal Auladuna*, No. 02 (Oktober 2019): 4-5.

(pengamatan model), kemudian diolah secara kognitif dan menentukan tindakan sesuai tujuan yang diinginkan.

Penelitian yang dilakukan Bandura tentang boneka Bobo adalah demonstrasi dari belajar observasional dan ditunjukkan bahwa anak cenderung terlibat dalam perlakuan yang bengis terhadap boneka sesudah melihat orang dewasa di televisi melakukan hal tersebut di boneka yang sama. Bagimanapun, anak mungkin akan melakukan peniruan jika perilaku model mendapat penguatan. Permasalahannya, seperti diteliti oleh Otto Larson (1968), bahwa 56% karakter pada program televisi anak mencapai tujuannya melalui tindakan kekerasan.⁴¹

Pengakuan sosial yang tidak sama mensugesti konsepsi diri individu. Kontingensi yang aktif dapat merubah intensitas atau arah kegiatan. Tingkah laku dihadirkan oleh model. Model diperhatikan oleh pelajar (terdapat penguatan oleh model). Tingkah laku (kemampuan dikode serta disimpan oleh pembelajar). Pemrosesan kode-kode simbolik diskemakan korelasi segitiga antara lingkungan, faktor-faktor personal dan tingkah laku.⁴²

1. Fenomena *Hallyu* (Korean Wave)

a. Pengertian *Hallyu* (Korean Wave)

“The eputation of South Korean popular tradition in different Asian countries is referred to as the "Korean Wave," which is also called "Hallyu" or "Hanryu." There is a lot of strong Korean famous

⁴¹ Yanuardianto, 14.

⁴² Yanuardianto, 17.

subculture, which includes films, tv suggests, and pop music. TV shows are one of the best examples of popular culture’’. Kepopuleran budaya terkenal Korea Selatan di negara-negara Asia lainnya disebut sebagai "Gelombang Korea", yang juga disebut "*Hallyu*" atau "*Hanryu*". Ada banyak budaya terkenal Korea yang kuat, termasuk film, acara TV, dan musik pop. Tontonan TV adalah salah satu contoh terbaik dari budaya terkenal.⁴³

Menurut Yecies dalam Reimeingam "*Hallyu is an escalated and broad flood of Korean mainstream society*". (*Hallyu* merupakan arus utama masyarakat Korea yang meningkat dan meluas).

Han & Lee dalam Oh et al mengungkapkan "*The Korean pop culture phenomenon known as the Hallyu, or Korean Wave, was initially referred to as the phenomenon of Korean television dramas, films, pop song, style, and online games being widely shared and embraced by way of humans in Japan, China, Hong Kong, Taiwan, and different Asian international locations*". (Fenomena budaya pop Korea yang dikenal sebagai *Korea Wave*, atau *Hallyu*, awalnya disebut sebagai fenomena drama televisi Korea, film, musik pop, *fashion*, dan *game online* yang dibagikan secara luas dan dianut oleh orang-orang di Jepang, China, Hong Kong, Taiwan, dan negara Asia lainnya).

⁴³ Syarida Puspa A, "Pengaruh Penerapan Tren Budaya Korea (Korean Wave) Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Restoran-Restoran Korea di Kota Bandung)" (Skripsi, Universitas Komputer Indonesia, 2019), 17.

Lalu menurut Kim mengungkapkan “*Hallyu (Korean Wave) is extremely famous among youngsters captivated with Korean music (K-pop), shows (K-show), motion pictures, style, food, and excellence in China, Taiwan, Hong Kong, Vietnam, et*”. (*Hallyu (Gelombang Korea) sangat terkenal di kalangan anak muda yang terpicat dengan musik (K-pop), pertunjukan (K-show), film, gaya, makanan, dan keunggulan di Cina, Taiwan, Hong Kong, Vietnam, et*).

Sesuai berbagai definisi di atas, bisa ditarik simpulan *Hallyu* adalah sebuah fenomena global gelombang Korea dipengaruhi berbagai komponen misalnya *dance, K-drama, K-pop, fashion*, pariwisata, serta makanan di setiap sudut dunia.

b. Karakteristik Korean Wave

Tiga ciri *Korean Wave* menurut Jang & Paik adalah sebagai berikut:⁴⁴

- 1) Gelombang Korea bukanlah Gelombang "Korea". Gelombang Korea adalah kombinasi budaya Barat dan tradisional Korea.
- 2) Penyebaran *Korean Wave* memiliki efek lintas negara yang berbeda karena menyerap budaya Barat yang berbeda, sehingga *Korean Wave* memiliki efek yang berbeda di setiap daerah.
- 3) Dalam bahasa Jepang, Cina, dan Taiwan, terdapat gerakan dan slogan "anti-*Korean Wave*" yang signifikan, yang menandakan kesuksesan *Korean Wave* dan pertukaran lintas budaya.

⁴⁴ Puspa, 18.

c. Generasi *Korean Wave*

Kim mengatakan bahwa ada empat generasi *Korean Wave (Hallyu)*:⁴⁵

- 1) Dari tahun 1995 hingga 2005, (*Hallyu 1.0*)

Menyebarkan konten seperti *K-drama* serta film lainnya penjualan produk lebih dalam. Di distribusikan oleh grup komunitas Korea di luar Korea. .

- 2) Dari tahun 2006 hingga 2015, (*Hallyu 2.0 Neo-Hallyu*)

Di seluruh Asia, Amerika Utara, dan Eropa tersebarnya pendistribusian konten yang lebih ditujukan untuk artis Korea, mirip dengan Idola *K-pop*. didistribusikan secara *online* dan dilakukan *live online*.

- 3) Dari tahun 2016-sekarang (*Hallyu 3.0 Neologisme*)

Telah menyebar ke seluruh dunia dari tahun 2016 hingga saat ini. Mulai menyebar berbagai jenis budaya, misalnya *K-show*, *K-pop*, industri perjalanan, termasuk rumah kreasi dan spesialisnya, dan lain sebagainya. Lebih fokus di seluruh budaya yang sebagai simbol *Korean Wave*. Distribusi berbasis SNS (*YouTube*, *Twitter*, dan *Facebook*).

⁴⁵ Puspa, 19.

4) *Hallyu* 4.0 (Mendatang)

Diperkirakan untuk dapat berubah menjadi *K-style*, tentang keseluruhan citra *Hallyu*. Mereka yang tertarik dengan cara hidup artis *Hallyu* termasuk pola makan, pakaian, dan tempat tinggal mereka.

2. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang ialah ketika dia menghabiskan seluruh waktu dan uangnya untuk berinteraksi dengan orang lain. Cara hidup seperti ini secara tidak langsung berdampak pada perilaku individu di mata publik, khususnya kaum muda.

Menurut Lubis, Irawati, Karina, dan Sembiring “A person's lifestyle is a pattern of their daily actions, such as how they shop and allocate their time” Gaya hidup seseorang merupakan pola dari tindakannya sehari-hari, seperti bagaimana mereka berbelanja dan mengalokasikan waktunya. Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagaimana cara hidup seorang dalam menghabiskan ketika mereka (*activities*), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (*interest*) serta apa yang mereka anggap pikirkan perihal mereka sendiri dan global sekitarnya (*opinion*).⁴⁶

⁴⁶ Mega Sifti Minarti, Nora Pitri Nainggolan, “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee,” *Jurnal Ilmiah Kohesi*, no. 3 (2020).

Menurut Alsabiyah Gaya hidup meliputi tentang orang membeli, bagaimana mereka menggunakannya, dan apa yang mereka pikirkan serta rasakan setelah menggunakannya.⁴⁷

Kemudian menurut Laksono & Iskandar Cara berpikir seseorang tentang masalah nyata yang mereka hadapi, yang sering dikaitkan dengan berbagai masalah psikologis dan emosional, disebut gaya hidup. Itu bisa dilihat dari apa yang mereka suka lakukan dan bagaimana perasaan mereka tentang topik tertentu.

Sedangkan menurut Plumer kegiatan (gaya hidup) seperti hobi, liburan, belanja, dan hiburan adalah bagian dari gaya hidup seseorang. b) Minat kepada pekerjaan, makanan, mode, rumah, dan media, antara lain dan c) Pemikiran dan perasaan seseorang tentang diri sendiri, produk, masa depan, dan masalah sosial.⁴⁸

Gaya hidup belanja ialah cara menghabiskan waktu dan uang di setiap kesempatan guna membeli *fashion*, teknologi, hiburan, pendidikan, dan barang serta jasa lainnya. Orang yang mengikuti gaya hidup belanja ini memiliki rasa takut yang tinggi, yang membuat mereka umumnya memiliki gairah membeli, tingkat energi yang tinggi, dan keinginan untuk mencoba barang baru yang mereka lihat atau ketahui.

⁴⁷ Mega Sifti Minarti, "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee" (Skripsi, 2020), 11.

⁴⁸ Dwi Indrastuti, "Studi Deskriptif Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Asal NTT Di Yogyakarta" (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, 2006), 9.

b. Pengukuran Gaya Hidup

Psikografi merupakan teknik primer yang digunakan oleh peneliti menjadi ukuran operasional gaya hidup. Sistem Reynold & Darden AIO (*Activities, Interests, & Opinions*) terdiri dari tiga komponen, yaitu :

- 1) *Activities* atau Aktivitas, yaitu cara seseorang menghabiskan waktunya secara nyata dan dapat diamati.
- 2) *Interest* atau Minat, yaitu ketertarikan seseorang terhadap sesuatu, kejadian atau pembahasan tertentu dan perhatian terus menerus.
- 3) *Opinion* atau *Opini*, adalah pendapat yang diberikan seseorang baik secara verbal maupun tertulis untuk menanggapi masalah yang terjadi terkait masalah sosial, diri sendiri, dan produk mereka.

Berdasarkan pernyataan di atas, gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup sehari-hari seorang individu di dalam nya ada aktivitas, minat, dan opini. Pertama, aktivitas adalah cara seorang individu menghabiskan waktunya, seperti hobi, liburan, perilaku konsumsi, dan sebagainya.

Kedua, minat adalah kecenderungan seseorang terhadap sesuatu, peristiwa, atau topik, seperti keluarga, mode, media, pakaian, dan makanan. Ketiga, opini adalah pendapat tentang sesuatu.⁴⁹ Dimensi AIO yang diidentifikasi Plummer sebagai berikut menentukan gaya hidup yang berkembang:

⁴⁹ Indrastuti, 10.

Tabel 2.2
Dimensi Gaya Hidup

Aktivitas	Minat	Opini
Bekerja	Keluarga	Diri sendiri
Hobi	Rumah	Masalah sosial
Peristiwa sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Komunitas	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Anggota klub	Mode	Pendidikan
Komunitas	Makanan	Produk
Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Prestasi	Budaya

Sumber: Sutisna (dalam Sunyoto, 2015: 34)

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Kohler dan Amstrong, ada dua komponen utama yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Pertama adalah faktor internal (dalam diri seseorang), Kedua, ialah faktor eksternal, atau luar. Berikut ini adalah beberapa faktor yang menyebabkan gaya hidup seseorang:⁵⁰

1) Faktor Internal

a) Sikap terhadap Objek Tertentu

Suatu perilaku yang menunjukkan penilaian kognitif positif atau negatif, rasa emosional, serta kecenderungan dapat mengikat berbagai objek atau gagasan ke dalam satu kerangka berpikir selama waktu tertentu, yaitu suka atau tidak suka. Oleh sebab itu, jikalau seseorang mempunyai sikap baik kepada gaya hidup mereka, mereka akan lebih termotivasi untuk mengikutinya.

⁵⁰ Indrastuti, 11.

(1) Pengalaman masa lalu

Pengalaman individu biasanya dipengaruhi oleh kejadian dari tingkah laku dahulu dan mungkin pula karena pengalaman proses belajar dan mempelajari. Peristiwa-peristiwa ini membentuk pandangan tertentu tentang sesuatu.

(2) Kepribadian

Karena karakteristik psikologis masing-masing kepribadian, setiap orang pasti berbeda dari yang lain. Kepribadian seseorang akan memengaruhi cara mereka berperilaku. Orang yang impulsif, seperti mudah dibujuk, untuk menjadi pengikut, dan kepribadiannya akan mudah terpengaruh untuk mengikuti gaya hidup.

(3) Konsep Diri

adalah gambaran mental yang kompleks terkait siapa dirinya, dan cara seseorang melihat dirinya akan memengaruhi minat dan tindakan mereka. Konsep diri dibagi menjadi baik dan buruk. Individu dengan konsep diri negatif memiliki beberapa karakteristik, seperti tidak memiliki gambaran yang jelas tentang siapa mereka, tidak menyukai diri mereka sendiri, dan mudah terbujuk. Kemungkinan besar seseorang bisa menjalani cara hidup tersebut jika mereka memiliki karakter-karakter tersebut.

(4) Motif

Ada motif yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Dengan berbagai macam tujuan motif. Mengikuti gaya hidup memberi citra dan kehormatan, mendorong orang untuk memenuhi kewajiban dan penghargannya.⁵¹

2) Faktor Eksternal

a) Kelompok Referensi

Orang-orang dalam kelompok referensi berdampak secara nyata dan tidak nyata ke perilaku dan sikap seseorang. Pengaruh ini akan membentuk tingkah laku dan gaya hidup mereka sendiri.

b) Keluarga

Keluarga mempunyai peran penting dalam tersendiri. Jika individu terbiasa dengan gaya hidup yang dianut oleh keluarganya, orang tersebut secara tidak sadar akan mengikuti gaya hidup tersebut. Hal ini disebabkan fakta bahwa cara orang tua membesarkan anak secara tidak langsung memengaruhi cara mereka menjalani kehidupan.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial ialah kelompok masyarakat yang relatif stabil terkandung nilai, ketertarikan, serta tingkah laku seperti biasanya. Contohnya, seseorang yang berasal di kelas sosial yang

⁵¹ Indrastuti, 12.

menganut cara hidup mengalami proses penyesuaian dengan lingkungan tempat tinggalnya, yang pada gilirannya akan mendorong mereka untuk menjalani gaya hidup yang sepadan kelas sosialnya.

d) Kebudayaan

Faktor paling penting yang memengaruhi kemauan dan perilaku seseorang adalah budayanya, karena tingkah laku manusia sebagian besar proses dari budayanya. Kemajuan teknologi seperti peningkatan pusat perbelanjaan, perangkat hiburan, dan kartu kredit telah membuat orang dapat dengan mudah menikmati budaya orang lain di seluruh dunia tanpa mempertimbangkan banyak hal.⁵²

3. Hubungan antara Fenomena *Hallyu* dengan Gaya Hidup Remaja

Fenomena *Hallyu* adalah sebuah budaya Korea Selatan menyebar di penjuru negara-negara Asia. Negara tersebut terdapat banyak orang tertarik mempelajari Bahasa Korea dan kebudayaan Korea karena *Hallyu*. *Drakor*, *K-pop*, dan *fashion* adalah produk budaya.

Studi yang ditulis oleh Surya Agung Nugroho berjudul "*Hallyu* in Indonesia" menunjukkan dampak *hallyu* terhadap gaya hidup remaja. Fakta tidak dapat disangkal bahwa di Indonesia demam gelombang Korea telah menjamur, khususnya di kalangan remaja. Kemungkinan menarik menurut orang-orang tersendiri kata *hallyu*. Kenyataannya, beberapa *Korean Lovers*

⁵² Indrastuti, 14.

di Indonesia tidak tahu apa itu *hallyu*. Secara tidak sadar bahwa mereka cinta budaya Korea berasal dari musik Korea, film, drama, *game*, dan bahkan gaya berpakaian *hallyu* yang muncul di Indonesia. Saat ini, satu-satunya pengetahuan diperoleh oleh mereka adalah menyukai drama Korea (*K-drama*) dan pop Korea (*K-pop*). Sehingga, secara tidak langsung Korea telah mengubah cara berpikir remaja Indonesia, yang merupakan prestasi yang patut dibanggakan.⁵³ Sedangkan gaya hidup seseorang juga memengaruhi bagaimana mereka memilih untuk menghabiskan uang dan waktu mereka.

Penelitian tambahan yang dapat memberikan alasan yang kuat untuk pengaruh fenomena ini dilakukan oleh Nur Hasanah. Penelitian ini meneliti cara komunikasi virtual dan dampak budaya Korea (*Korean Wave*) terhadap gaya hidup remaja Purwokerto. Fokus masalah penelitian ini terdiri dua: yang pertama adalah bagaimana komunikasi yang terjadi dari remaja Purwokerto dengan tokoh-tokoh *Hallyu* dan yang kedua adalah bagaimana budaya *Hallyu* (*Korean Wave*) mempengaruhi gaya hidup mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggemar artis dan tokoh *Hallyu* (*Korean Wave*) dapat berkomunikasi secara virtual dengan cara *asynchronous* dan *synchronous*.⁵⁴

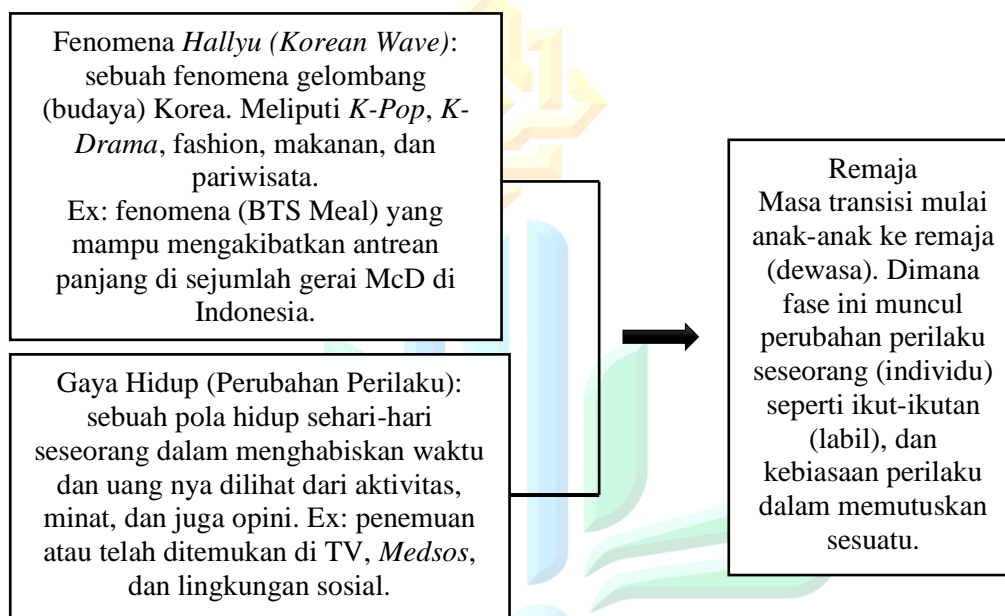
Berdasarkan penelitian yang disebutkan di atas, fenomena *Hallyu* memiliki pengaruh besar kepada gaya hidup remaja, seperti yang

⁵³ Valentina Marinescu, *The Global Impact Of South Korean Popular Culture: Hallyu Unbond*, (United Kingdom: Lexington Books, 2014). 19.

⁵⁴ Nur Hasanah, "Komunikasi Virtual (Kajian Fenomena Hallyu Wave Terhadap Gaya Hidup Remaja di Purwokerto)" (Skripsi, 2016).

ditunjukkan oleh penelitian sebelumnya dan teori. Pengaruh fenomena (*Korean Wave*) *Hallyu* terhadap gaya hidup remaja sesuai dengan kerangka berpikir yang telah disusun.

Tabel 2.3
Kerangka Berpikir Hubungan Antara *Hallyu* (*Korean Wave*) dengan Gaya Hidup Remaja Army Banyuwangi



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif berguna mengumpulkan informasi menggunakan instrumen penelitian, menganalisis data secara kuantitatif, menghasilkan hasil yang menarik dengan populasi dan sampel tertentu. Sifat *positivisme* adalah dasar dari penelitian kuantitatif, dan pengumpulan data dengan melibatkan penggunaan angka.⁵⁵

Menurut Arikunto, penelitian jenis ini yang dimaksud adalah penelitian korelasi, yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya dua variabel atau lebih yang berkaitan satu dengan lainnya serta saling mempengaruhi satu sama lain.⁵⁶

Peneliti memilih jenis korelasi karena mereka ingin mengetahui *bagaimana* dua variabel dari penelitian ini berhubungan dengan lainnya; variabel *hallyu*, atau gelombang Korea, adalah variabel *independen*, dan variabel gaya hidup adalah variabel *dependent*.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), 11.

⁵⁶ Arikunto, S., *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 12.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

merupakan geografi tertentu berasal dari subjek atau objek yang dipilih selanjutnya dianalisis untuk sampai pada kesimpulan.⁵⁷ Penelitian ini melibatkan Army Banyuwangi, komunitas *boy band* asal Korea Selatan dari BTS. Army Banyuwangi memenuhi kriteria dan latar belakang penelitian ini, yaitu remaja yang mengalami perubahan sikap atau perilaku setelah kembali ke gaya hidup normal.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian jumlah karakteristik tertentu dari populasi.⁵⁸ Arikunto kemudian mengungkapkan, jika subjek eksplorasi di bawah seratus kemudian akan diambil semua, sehingga penelitian ini dipandang sebagai studi populasi. Di sisi lain, sampel dapat dikurangi 10% hingga 15% atau 20% hingga 25% jika subjeknya terlalu besar.⁵⁹

Teknik penelitian menggunakan pengambilan sampel *purposive*, yaitu teknik *non-probability sampling* digunakan untuk mengambil sampel dengan beberapa pertimbangan. Teknik *purposive sampling* ini digunakan berdasarkan fakta bahwa cara ini cocok guna studi kuantitatif atau penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

Peneliti menggunakan metode ini karena populasi penelitian terdiri dari 100 anggota army yang memenuhi kriteria berikut:

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 117.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta 2018), 118.

⁵⁹ Arikunto, S., *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 182.

- a. Seorang penggemar *K-pop*
- b. Jenis kelamin (perempuan & laki-laki) dan usia (antara 17 dan 27 tahun)
- c. Aktif sebagai *fangirl* (sebagai anggota Army yang aktif dan selalu mengetahui tentang idolanya di komunitas atau grup Army Banyuwangi)
- d. Bersedia menjadi responden penelitian

Dalam penelitian ini, rumus Slovin digunakan guna menentukan besarnya sampel. Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$\frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{100}{1 + 100(0,1)^2} = 100 = 50$$

sampel.

Keterangan: n = total sampel
N = jumlah populasi
e = tingkat kesalahan (*error*)

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan strategi peneliti mengumpulkan dan menganalisis informasi guna menarik kesimpulan.⁶⁰ Kuesioner (angket) digunakan untuk pengumpulan data di penelitian ini.

Penelitian ini, terdapat dua alat pengumpulan data digunakan: skala likert yaitu dua alat ukur: skala *hallyu (korean wave)* dan skala gaya hidup. Variabel skala *hallyu (korean wave)* dimodifikasi dari Raviv, sedangkan

⁶⁰ Eli Oktafiani, "Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Terhadap Semangat Kerja Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening PT. Perlui (Persero)," (2020): 47.

variabel skala gaya hidup menggunakan instrumen Reynold & Darden, yaitu skala gaya hidup, untuk mengukur fenomena tiga dimensi gaya hidup. Dalam skala variabel gaya hidup, terdapat tiga komponen, seperti aktivitas, minat, dan pendapat, ada dua belas indikator yang termasuk hobi, hiburan, belanja, liburan, media, mode, makanan, rumah, pekerjaan, diri sendiri, produk, dan masalah sosial.

1. Skala *Hallyu* (*Korean Wave*)

Skala *hallyu* (*korean wave*) dirancang berdasarkan 1 aspek skala *hallyu* menurut Raviv dkk, tahun 1996 yaitu K-pop dengan indikator panutan (*role model*), dan *expression of idolization*.⁶¹

Tabel 3.1
Blueprint Skala *Hallyu* (*Korean Wave*) Ujicoba

No.	Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	<i>K-pop</i>	a. <i>Role Model</i> (Panutan)	1, 2, 3, 4, 5, 11, 12, 13, 14, 15	6, 7, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 19, 20	20
		b. <i>Expression of Idolization</i>	21, 22, 23, 24, 25, 31, 32, 33, 34, 35	26, 27, 28, 29, 30, 36, 37, 38, 39, 40	20
Jumlah Item			20	20	40

⁶¹ Raviv et al., dalam Zailin Zainal Ariffin, dkk. "Menganalisis Dimensi Budaya Populer Korea Kalangan Remaja Malaysia," (April 2013), <file:///C:/Users/User/Downloads/1.2-Analyzing%20the%20Dimension%20of%20Korean%20Popular%20Culture%20Among%20Malaysian%20Adolescent.en.id.pdf>.

Tabel 3.2
Blueprint Skala Hallyu (Korean Wave) Sesudah Ujicoba

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Favorable	Unfavorable	
<i>Hallyu (Korean Wave)</i>	K-Pop	1. <i>Role Model (Panutan)</i>	-	9, 2, 7, 4, 5, 6, 3, 8, 1,	9
		1. <i>Expression of Idolization (Ekspresi Idola)</i>	10, 11	16, 13, 18, 15, 12, 17, 14, 21, 20, 19	12
Jumlah Item			2	19	21

2. Skala Gaya Hidup

Berdasarkan gaya hidup dirancang 3 aspek skala gaya hidup menurut Reynold & Darden, yaitu aktivitas, minat, dan opini dengan 12 indikator.⁶²

Tabel 3.3
Blueprint Skala Gaya Hidup Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Favorable	Unfavorable	
1.	Aktivitas	a. Hobi	41, 42, 43, 44, 45, 49, 50	46, 47, 48	10
		b. Hiburan	51, 52, 53, 54, 55, 59, 60	56, 57, 58	10
		c. Belanja	61, 62, 63, 64, 65, 69, 70	66, 67, 68	10
		d. Liburan	71, 72, 73	74, 75	5
2.	Minat	a. Media	76, 77, 78	79, 80	5
		b. Mode	81, 82, 83	84, 85	5
		c. Makanan	86, 87, 88, 89, 90, 93, 94	91, 92, 95	10
		d. Rumah	96, 97, 98	99, 100	5
		e. Pekerjaan	101, 102, 103, 104, 105, 106,	108, 109, 110	10

⁶² Reynold & Darden, dalam Dwi Indrastuti, "Studi Deskriptif Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Asal NTT di Yogyakarta" (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, 2006), 9-10.

			107		
3.	Opini	a. Diri sendiri	111, 112, 113	114, 115	5
		b. Produk	116, 117, 118	119, 120	5
		c. Isu-isu sosial	121, 122, 123	124, 125	5
Jumlah Item			56	29	85

Tabel 3.4
Blueprint Skala Gaya Hidup Sesudah Uji Coba

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Favorable	Unfavorable	
Gaya Hidup	Aktivitas	1. Hobi	1, 3, 4	2	4
		2. Hiburan	10, 8, 7, 6, 9, 11	5	7
		3. Belanja	14, 13, 12	-	3
		4. Liburan	15	16, 19	3
	Minat	1. Media	18, 17, 21	20	4
		2. Mode	24, 23,	22	3
		3. Makanan		-	-
		4. Rumah	26, 25	-	2
		5. Pekerjaan			-
	Opini	1. Diri sendiri		-	-
		2. Produk		-	-
		3. Isu-isu sosial	29, 28, 27	-	3
	Total Item			23	6

Sebelum alat digunakan guna mengumpulkan data, dilakukan uji coba terlebih dahulu. Remaja Army Jember diuji instrumen. Dengan bantuan teknik pengumpulan data menyebar yang dikenal sebagai angket, pengumpulan data dilakukan secara *online* melalui *Google Forms*. Kemudian responden diminta untuk menjawab, seperangkat *pernyataan* tertulis (angket) yang diberikan kepada mereka. Selain itu, kuesioner adalah metode pengumpulan data yang efektif bagi peneliti. Untuk menguji validitas data, seorang remaja *K-pop* dari Army Jember diuji pada 22 Januari hingga 3 Februari 2023.

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, responden diharapkan terbiasa dengan variabel yang diukur.⁶³ Metode angket adalah sekumpulan pernyataan lalu disusun sistematis dan diberikan guna dijawab oleh responden. Dalam penelitian *ini*, bentuk angket yang terdiri dari daftar pertanyaan diberikan kepada remaja secara langsung sebagai subjek penelitian melalui aplikasi *Google Forms*. Remaja ini kemudian diminta untuk mengisi angket, yang dapat dikirim kembali ke peneliti setelah mereka menyelesaikannya.

Evaluasi instrumen ini bertujuan untuk memperoleh instrumen ukur yang unggul.⁶⁴ Syarat validitas dan realibilitas adalah instrumen yang baik. Dibutuhkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.⁶⁵ Setelah percobaan dilakukan, didapatkan dan dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Apabila alat tersebut menjalankan masing-masing skala aspek di atas dijelaskan dengan serangkaian pernyataan mendukung (*favorable*) dan tidak mendukung (*unfavorable*), suatu tes atau instrumen alat ukur dapat disebut memiliki validitas yang tinggi. Dalam hal ini, subjek diberi lima pilihan jawaban: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Untuk item yang mendukung, SS = 5, S = 4, KS = 3, TS=2, STS=1.

⁶³ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. (Bandung: cv Alfabeta, 2017), 142.

⁶⁴ Sugiyono, 144.

⁶⁵ Sugiyono, *op.cit.* 122.

Tabel 3.5
Skala Likert

No.	Pertanyaan/Pernyataan	Bobot/Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Uji validitas rendah adalah hasil data yang tidak ada hubungannya dari tujuan pengukuran.⁶⁶ Penelitian ini, peneliti menggunakan korelasi *product moment* dari Karl Pearson guna mengidentifikasi daya perbedaan antara masing-masing item. Sebagai contoh, rumus hitung *product moment* yaitu sebagai berikut:⁶⁷

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

keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi x dan y

n = total subjek

xy = Jumlah perkalian skor item dengan skor total

x = total skor pertanyaan item

y = Jumlah skor total

Peneliti menggunakan program SPSS (*statistical product and service solution*) 24 for Windows untuk melakukan perhitungan dengan rumus di atas. Kemudian, nilai r dari setiap aitem dan nilai r dari tabel merupakan hal yang memiliki hubungan positif dengan skor total skala.⁶⁸

⁶⁶ Azwar, S. (2007). *Validitas dan Reliabilitas. Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 5.

⁶⁷ Arikunto, S. (2006), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta, 170.

⁶⁸ Santosa, P., B. & Ashari, SE., *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), 251.

Percobaan penelitian dilakukan menggunakan uji coba (*try out*) terpakai. Dimana uji coba terpakai ini aitem-aitem yang benar akan dipakai. Sedangkan aitem yang tidak valid akan dihapus tidak dimasukkan dalam perhitungan analisa data.

Dalam skala *hallyu* terdiri 40 butir soal yang diuji cobakan, diperoleh 21 data yang valid yaitu 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 25, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 39, 40. Sedangkan untuk pernyataan yang tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$ terdapat pada nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 29, 30.

Pada skala gaya hidup dari 85 item yang di percobaan diperoleh 29 item yang dinyatakan valid terdiri dari nomor 41, 43, 45, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 60, 61, 62, 66, 71, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 81, 82, 85, 96, 97, 121, 123. Sebaliknya pernyataan tidak valid dari $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada nomor 42, 44, 46, 47, 48, 49, 51, 58, 59, 63, 64, 65, 67, 68, 69, 70, 72, 73, 80, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 124, 125. Oleh sebab itu, uji validitas dilakukan ulang dengan menghapus item yang tidak valid.

Berdasarkan uji validitas di atas, di tabel 3.2 diketahui item yang gugur dan valid dari skala *hallyu*, sedangkan untuk skala gaya hidup pada tabel 3.4.

2. Uji Reliabilitas

Istilah kata "keandalan" artinya seberapa besar hasil ukur dapat dipercaya. Nama lain untuk keandalan termasuk "kepercayaan", "keandalan", "keteguhan", "stabilitas", dan seterusnya.⁶⁹ Menggunakan koefisien reliabilitas, yang berkisar dari 0 sampai 1, merupakan salah satu cara untuk menunjukkan reliabilitas. Semakin tinggi nilainya, semakin dipercaya.⁷⁰

Rumus *Alpha Chornbach* digunakan di penelitian ini, untuk mengukur reliabilitas instrumen yang memiliki skor yang berbeda dari 1 dan 0. Sebaliknya, skor tersebut berasal dari rentang skala.⁷¹ Berikut rumus *alpha cronbach*:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_1^2 = Varians total

Rumus di atas dilakukan dengan bantuan SPSS (*statistical product and service solution*) 24 for Windows. Untuk mengetahui skala likert jika reliabel *alpha cronbach* > 0,5 disebut reliabel dan sebaliknya.

⁶⁹ Azwar, S., *Validitas dan Reliabilitas* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 4.

⁷⁰ Azwar, S., *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 83.

⁷¹ Arikunto, S., *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 196.

Pada tabel 3.6 dan 3.7, dijelaskan nilai koefisien *alpha cronbach* sebesar 0,956 variabel *hallyu* dan 0,946 pada variabel gaya hidup. Maka koefisien *Alpha Cronbach* $> 0,5$ dapat dikatakan reliabel.

D. Analisis Data

Tujuan dari menganalisis guna menemukan jawaban atas pertanyaan identifikasi sebagai persoalan. Program IBM SPSS *Statistic 24 for Windows* sebagai analisis statistik. Selanjutnya, data diolah menjadi informasi, sehingga lebih mudah dipahami dan dideskripsikan. Hasil data akan dianalisis berasal dari penelitian kepustakaan dan lapangan. Penulis kemudian melakukan analisis buat menarik kesimpulan



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

a. Sejarah Army

Army Banyuwangi dibuat pada tanggal 26 Januari 2019. Hanya beranggotakan beberapa orang kurang 10 orang. Berawal dari admin Army Banyuwangi yaitu Nanda Maulidia beserta teman-temannya memunculkan ide spontan untuk mendirikan Army Banyuwangi, setelah Nanda dan teman-temannya nonton bioskop tentang dokumenter BTS yang dijadikan sebuah film.⁷² Nama *fandom* resmi untuk BTS adalah ARMY. Resmi berdiri pada tanggal 9 Juli 2013.⁷³ Mengingat bahwa "Army" diasosiasikan seperti militer, pelindung tubuh, kemudian bagaimana kedua hal itu selalu sejalan, nama *fandom* intinya bahwa para penggemar akan selalu bersama, dan "ARMY" artinya adalah "*Adorable Representative M.C. for Youth*" dengan BTS.

A.R.M.Y dan BTS hampir identik satu sama lain, dan berkaitan satu sama lainnya. Saat BTS membuka pintu baru, simbol A.R.M.Y digambarkan sebagai pintu di seberang dari sudut pandang BTS yang menunggu serta menyambut nya.

⁷² Nanda Maulidia, diwawancarai oleh Penulis, Banyuwangi, Maret 2023.

⁷³ BTS Wiki, "ARMY," Worldwide, Juli 9 2013, <https://bts.fandom.com/wiki/ARMY>.

Grup penggemar BTS, acapkali disebut sebagai A.R.M.Y, dimulai sebulan sesudah debut resmi komunitas tersebut tahun 2013, serta *fandom* tersebut kini memiliki 18 juta anggota yang tersebar di sejumlah negara.⁷⁴

BTS sebagai sebagai produk dari budaya populer memiliki *fans* atau penggemar karena statusnya sebagai superstar. *Fandom* adalah kelompok penggemar yang tergabung dalam suatu komunitas atau kelompok. Tergantung siapa idola mereka, *fandom* memiliki berbagai nama panggilan. ARMY (*Adorable Representative M.C. For Youth*) merupakan *fandom* nasional untuk BTS.

Berkembangnya jaringan *K-pop* di komunitas perkotaan yang berbeda adalah kenyataan yang muncul karena kemajuan sosial dari masyarakat yang sangat heterogen. ARMY merupakan salah satu komunitas *K-pop* di sejumlah kota seperti Surabaya, Jember, dan Banyuwangi. Kelompok orang yang disebut ARMY ini adalah *fandom* atau menjadi penggemar yang terbentuk dari band pop remaja bernama BTS (*Bangtan Boys*). *Boy band* adalah grup musik pop muda yang energik dengan setidaknya tiga anggota yang bernyanyi dan menari di setiap penampilan. *Bangtan Boys* (BTS) adalah *boy band* asal Korea Selatan dalam manajemen (agensi) artis BigHit Entertainment yang

⁷⁴ Wenny Pebrianti, "Identitas Komunitas Merek Bang Tan Boys (BTS) Indonesia Suatu Kajian Kekuatan Merek," *Proceeding Seminar Bisnis*. (2021), 1.

terdiri dari 7 pemuda, awal debut di lagu "*No More Dream*" dalam album pertamanya, *2 Cool 4 Skool* tanggal 13 Juni 2013.⁷⁵

RM mengungkapkan di *ARMYPEDIA* bahwa A.R.M.Y. hanyalah salah satu pilihan nama *fandom*. *Fans* dapat disebut sebagai "*Bang-wools*" atau "*Bells*" jika A.R.M.Y tidak dipilih sebagai nama *fandom* resmi.

b. Profil Singkat Army

Kelompok penggemar *K-pop* terbesar adalah ARMY. Alasannya adalah para penggemar tidak hanya berasal dari Korea Selatan melainkan dari penjuru dunia. Sehingga *fandom* ini disebut penggemar terbesar *K-pop*.

Fans BTS datang dari seluruh dunia. Terkait informasi latar belakang pendidikan para penggemar ARMY semuanya, khususnya pada level di bawah SMA, di mana 36,08 persen di antaranya memiliki penggemar terbanyak. Sementara itu, hanya 0,57 persen yang berlatar belakang pendidikan S3.

Sementara itu, data ini menampilkan jumlah *fans* ARMY terbanyak berdasarkan hasil survei sensus ARMY 2020 yang diikuti oleh lebih dari 400 ribu *fans* di seluruh dunia. berdasarkan laman sensus ARMY, Indonesia memiliki jumlah ARMY terbanyak. Berikut data informasi dari berbagai negara (Indonesia: 80.895), (India: 15.440), (Mesir: 5.744), (Korea Selatan: 14.996), (Rusia: 15.960),

⁷⁵ Ratna Kumala Sari, "Identitas Komunitas ARMY (*FANDOM BANGTAN BOYS*) Suatu Kajian Subkultur Di Kota Surabaya," *Jurnal* (2016/2017): 5.

(Meksiko: 42.891), (USA: 33.891), (Peru: 20.988), (Brazil: 8.413)),
(Filipina: 18.461). Tidak heran ARMY dikatakan sebagai pengikut *K-pop* terbesar.⁷⁶

c. Visi dan Misi

Visi misi BTS sejak awal adalah melindungi dan menyembuhkan dunia, terutama generasi muda - sejalan dengan agensinya, Big Hit sendiri yang punya motto *'Music and Artists for Healing'*.

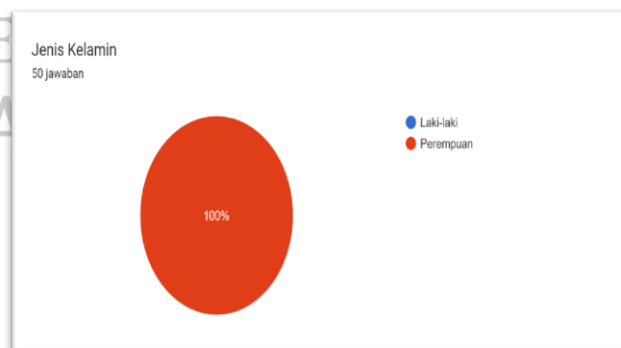
2. Deskripsi Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar ke responden, data yang diperoleh mengenai responden sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berikut adalah uraian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin



Sumber: Hasil olah data dari *google form*

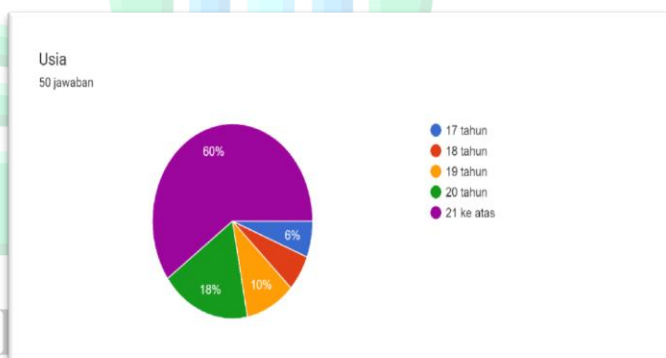
⁷⁶ Kapanlagi.com, “Apa Arti ARMY, Penggemar BTS? Ketahui Sejarah Fandom Terbesar K-pop,” <https://www.kapanlagi.com/korea/apa-arti-army-penggemar-bts-ketahui-sejarah-fandom-terbesar-k-pop-2ac3cd.html>.

Berdasarkan hasil diagram di atas, terlihat jumlah responden 50 orang perempuan yaitu 100%, sedangkan responden laki-laki berjumlah kosong atau tidak ada sebab mayoritas yang menggemari BTS adalah seorang perempuan. Adapun alasan lain ternyata orang menyukai *K-pop* dengan hasil sedikit dari laki-laki ketimbang perempuan dimana dengan stigma bahwa remaja laki-laki sulit mengekspresikan bahwa mereka bagian dari *Kpopers*, sehingga disebut tidak maskulin (*manly*).⁷⁷

b. Usia

Berikut adalah uraian karakteristik responden berdasarkan usia:

Tabel 4.2
Usia



Sumber: Hasil olahan data dari *google form*

Penjabaran tabel 4.2, dapat dilihat bahwa jumlah responden usia 17 tahun ada 6%, usia 18 tahun berkisar 6%, usia 19 tahun yaitu 10%, usia 20 yaitu persentase 18%, serta responden 21 tahun ke atas

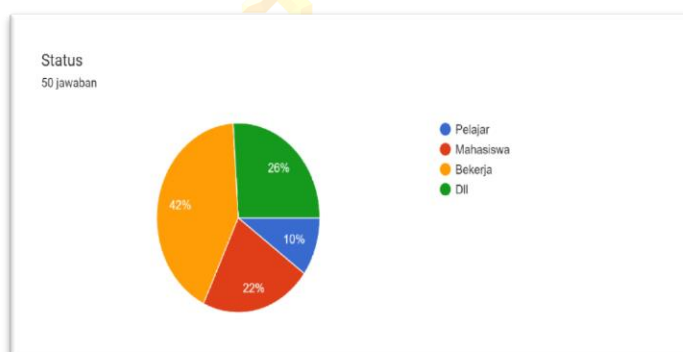
⁷⁷ Sefryenni Asrina, "Imitasi K-Pop di Kalangan Fans Laki-Laki (Fanboy) di Kota Medan" (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2019), 06. Dalam Yunita Mulya Utami, "Pengaruh Korean Pop (K-POP) Terhadap Perilaku Remaja Di Desa Gumelar Kecamatan Balung Kabupaten Jember" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2021), 56.

dengan persentase 60%. Dan dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah responden para remaja didominasi dengan usia 21 tahun ke atas.

c. Status

Berikut adalah uraian karakteristik responden berdasarkan status:

Tabel 4.3
Status



Sumber: Hasil olahan data dari *google form*

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut bahwa status seperti pelajar dengan persentase 10%, responden mahasiswa dengan persentase 22%, responden bekerja dengan persentase 42%, dan untuk responden dan lainnya seperti ibu rumah tangga dan tidak bekerja dengan persentase 26%.

B. Penyajian Data

Data hasil penelitian ini diperoleh melalui penyebaran skala likert, remaja Army asal Banyuwangi sebagai subyek. Sebelum menyebarkan instrumen penelitian kepada remaja Army Banyuwangi, peneliti terlebih dulu melakukan percobaan instrumen penelitian untuk mengetahui kevalidan data. Kemudian, dilakukan penyebaran instrumen sesi kedua yang dibagikan kepada 50 remaja Army Banyuwangi menggunakan bantuan program *google*

form pada tanggal 24 – 31 Maret 2023, 50 item total pernyataan: 21 pernyataan skala *hallyu* dan 29 pernyataan variabel gaya hidup.

Skala *hallyu (korean wave)* ditujukan untuk mengetahui seberapa besar remaja terpengaruh *hallyu (korean wave)* terhadap gaya hidup seseorang dalam menghabiskan uang dan waktunya di saat menyukai produk budaya populer yaitu adanya fenomena *hallyu* seperti *K-pop*. Setelah data diperoleh mengenai *hallyu* dan gaya hidup kemudian data yang didapatkan dianalisis masing-masing variabel menggunakan analisis deskriptif guna sejauh mana hasil data.

1. *Hallyu (Korean Wave)*

Skala *hallyu (korean wave)* dalam penelitian ini meliputi beberapa instrumen yang salah satunya sebagai berikut, aspek *K-pop*. Aspek-aspek dijabarkan dalam bentuk *favorable* dan *unfavorable*. Skala *hallyu (korean wave)* terdiri dari 21 item pernyataan valid. Dengan skor tertinggi adalah 5, sedangkan skor terendah adalah 1. Hasil seluruh responden akan diakumulasikan sehingga diperoleh skor total *hallyu*. Menggunakan program bantuan SPSS 24 for Windows analisis data. Pengukuran hasil variabel *hallyu* disajikan pada tabel 4.4. Adapun hasil deskripsi dari variabel *hallyu* tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi variabel *Hallyu (Korean Wave)*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Hallyu</i>	50	56	105	86,90	11,123

Data hasil tabel di atas, dimana variabel *hallyu (korean wave)* dengan jumlah (N) 50 responden mendapatkan skor minimum adalah 56, skor maximum 105, rata-rata 86,90, dan standar deviasi 11,123.

2. Gaya Hidup Remaja

Penelitian di skala gaya hidup seseorang meliputi beberapa aspek, meliputi aktivitas, minat, dan opini. Dengan 29 item pernyataan valid, skor 5 (tertinggi), sedangkan skor terendah adalah 1. Dengan bantuan program SPSS 24 *for Windows*.

Adapun hasil deskripsi variabel gaya hidup tertuang di tabel bawah ini:

Tabel 4.5
Deskripsi variabel gaya hidup

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gaya Hidup	50	100	141	120,48	9,673

Tabel 4.5 di atas skala gaya hidup menghasilkan bahwa jumlah (N) 50 responden diberi skor minimum 100, skor maximum 141, mean 120,48, dan standar deviasi 9,673.

Setelah penyebaran skala likert kedua, data dikatakan valid dan reliabel, setiap jawaban responden (SS, S, KS, TS, STS) dirubah dalam bentuk angka. Pernyataan yang *favorable* diubah menjadi SS=5, S=4, KS=3, TS=2, STS=1. Pernyataan yang *unfavorable* diubah menjadi SS=1, S=2, KS=3, TS=4, STS=5. Untuk skor total hitung di setiap variabel penelitian. Setelah diubah menjadi angka, kemudian pengolahan data pada

SPSS versi 24 meliputi uji hipotesis, uji normalitas, uji analisis regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Data di uji dengan uji normalitas pada penelitian distribusi normal atau tidak. Peneliti menerapkan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila mempunyai signifikansi lebih dari *alpha* atau 0,05. Kriteria yang diberlakukan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka data berdistribusi normal
- 2) Jika nilai Asmy. Sig. (2-tailed) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

Tabel 4.6
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	8,69255917
Most Extreme Differences	Absolute	,119
	Positive	,080
	Negative	-,119
Test Statistic		,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		,076 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil olah data SPSS 24 version

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pada tabel di atas sebesar $0.076 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas biasanya digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut hasil data yang diperoleh:

Tabel 4.5
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Gaya Hidup * Hallyu	Between Groups	(Combined)	2579,313	25	103,173	1,235	,304
		Linearity	882,011	1	882,011	10,557	,003
		Deviation from Linearity	1697,302	24	70,721	,846	,657
		Within Groups	2005,167	24	83,549		
Total			4584,480	49			

Sumber: Hasil olah data SPSS 24 version

Dengan dasar pengambilan keputusan berdasarkan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig. Deviation from linearity > 0.05 , maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Jika nilai sig. Deviation from linearity < 0.05 , maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Berdasarkan tabel di atas hasil dari uji linearitas, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,657 lebih besar dari 0,05. Maka bisa ditarik kesimpulan yaitu garis regresi antara hallyu dengan gaya hidup

membentuk garis linier, sehingga kedua variabel mempunyai hubungan yang linier.

2. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X (bebas) berpengaruh terhadap variabel Y (terikat). Pengujian t ini dilakukan dengan melihat signifikansi dengan hipotesis.

- 1) H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Hallyu* (*Korean Wave*) terhadap gaya hidup remaja Army Banyuwangi
- 2) H_a : Ternyata ada pengaruh *Hallyu* (*Korean Wave*) terhadap gaya hidup remaja Army Banyuwangi

Tabel 4.7
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	87,334	9,880		8,839	,000
Hallyu	,381	,113	,439	3,382	,001

a. Dependent Variable: Gaya Hidup

Sumber: Hasil olah data SPSS 24 version

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($3.382 > 0.2732$), sehingga H_a bisa diterima dan menolak H_0 , mempunyai pengertian bahwa terdapat pengaruh secara signifikan skala *hallyu* dengan gaya hidup remaja. Dari hasil sig yang diperoleh. Jika nilai sig $>$ 0.05, maka tidak ada pengaruh antara variabel *hallyu* dengan variabel gaya hidup dan jika nilai sig $<$ 0.05, maka ada pengaruh antara variabel *hallyu* dengan variabel gaya hidup.

Dengan nilai sig (0.001) < 0.05, berarti ada pengaruh secara signifikansi antara *hallyu* dengan gaya hidup.

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS 24. Maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	882,011	1	882,011	11,435	,001 ^b
	Residual	3702,469	48	77,135		
	Total	4584,480	49			

a. Dependent Variable: Gaya Hidup
b. Predictors: (Constant), Hallyu

Sumber : Hasil olah data SPSS 24 version

Hasil F hitung di atas = 11,435 oleh tingkat signifikansi berikut (0,001 < 0,05), Jadi dengan kata lain model regresi dapat dipakai dan diprediksi variabel *Hallyu* ada pengaruh pada variabel Gaya Hidup (Y). Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X (bebas) secara stimulan terhadap variabel Y (terikat).

Tabel 4.9
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,439 ^a	,192	,176	8,783

a. Predictors: (Constant), Hallyu

Sumber : Hasil olah data SPSS 24 version

Penjelasan data tabel di atas nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu 0,439. Hasil *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.192, yaitu dalam artian ada pengaruh variabel bebas (*Hallyu*) terhadap variabel terikat (Gaya Hidup) berkisar 19,2%.

D. Pembahasan

Berdasarkan analisis hasil di atas, maka dijabarkan berikut:

1. Deskripsi Data Terkait Pengaruh Fenomena (*Korean Wave*) *Hallyu* Terhadap Gaya Hidup Remaja Army Banyuwangi

Hasil analisis tentang pengaruh *hallyu* kepada gaya hidup remaja Army Banyuwangi, menghasilkan nilai t hitung $>$ t tabel ($3.382 > 0.2732$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, ada imbas besar signifikansi variabel *hallyu* (*korean wave*) dengan gaya hidup remaja. Besar pengaruh *hallyu* (*korean wave*) pada gaya hidup remaja 19.2% dengan indikator *role model* (panutan) dan *expression of idolization* (ekspresi pemujaan terkandung instrumen *dance*, *k-drama*, *k-pop*, *fashion*, makanan, dan pariwisata. Dan 80.8% nya dari faktor-faktor lain selain *hallyu* (*korean wave*) yang kemungkinan besar dari faktor internal dan eksternal terhadap gaya hidup seseorang.

Kemudian untuk memperkuat pernyataan hasil penelitian data di atas, peneliti menghubungkan dengan penelitian sebelumnya sebagai referensi yaitu penelitian dari Zailin Zainal Ariffin, dkk. Penelitian ini berfokus pada musik populer di Malaysia dimana menjamurnya *hallyu* sebagai budaya populer Korea yang mengadopsi budaya Amerika (Barat)

dan hasil penelitian ini terdapat eksplorasi antar budaya terkenal Amerika dan berbagai aspek tertentu dari tingkah konsumen kalangan remaja Malaysia. Sehingga setiap aspek nya memiliki dimensi yang unik. Dengan menekankan dimensi budaya populer yaitu musik.⁷⁸

Lalu penelitian lain yang dilakukan oleh Monique Fiolitha M.T & Irwansyah. Hasil penelitian teknologi secara gencar oleh pihak Korea melalui asupan kebudayaannya berupa *K-pop* dan *K-drama* memengaruhi remaja penggemar Korea.⁷⁹ Hal ini membuktikan bahwa faktor 80% lainnya bahwa gaya hidup seseorang terpengaruh indikasi lain salah satunya yaitu faktor eksternal dan internal.

Selanjutnya keterkaitan penelitian yang telah disebutkan dengan faktor lain yang berdampak pada gaya hidup seseorang selain *hallyu* terletak pada indikator musik dan pemanfaatan teknologi audiovisual. Contohnya musik dan pemanfaatan teknologi audiovisual merupakan suatu kegiatan atau interaksi dengan orang atau lingkungan sekitar. Cara ini secara tidak langsung dapat dipelajari atau diperoleh salah satunya, faktor-faktor lain seperti pengalaman dan pengamatan. Dimana seseorang biasanya terpengaruh atau dipengaruhi oleh pengalaman akibat dari tingkah lakunya di masa lalu dan mungkin dari pengalaman yang dipelajari dari proses belajar atau bisa dari sumber faktor lain seperti kelompok sosial dan kebudayaan.

⁷⁸ Zailin Zainal Ariffin, et al., "Menganalisis Dimensi Budaya Populer Korea Kalangan Remaja Malaysia," *Prosiding* (2013).

⁷⁹ Monique Fiolitha M.T, "Peranan Audiovisual Dalam Fenomena Hallyu Sebagai Budaya dan Gaya Hidup Remaja Di Jakarta," *Dinamika Sosial Budaya*, no.2 (2020), 184-201.

Sedangkan 80.8% sisanya faktor lain yang tidak disebutkan penelitian, selain dari pengaruh fenomena *hallyu*. Faktor tersebut ialah faktor internal dan eksternal. Faktor internal sendiri berwujud 4 berupa pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, dan motif. Faktor eksternal ada 4 komponen yaitu kelompok referensi, keluarga, kelompok sosial, dan kebudayaan.

Di dukung dengan penelitian lain oleh Miftaqurrohmah.⁸⁰ Menurut hasil penelitian menyimpulkan ada beberapa faktor yaitu Pertama, penyebab penggemar menyukai *korean wave* karena artis-artis nya mempunyai visual cantik dan ganteng. Kedua, sebagai penggemar semua gaya idola nya tidak untuk ditiru misalnya gaya berpakaian. Ketiga mahasiswa saat berkumpul dengan *fandom* mereka menggunakan bahasa *Hangul*. Keempat, kebanyakan dari mahasiswa bersikap *hedon* (konsumtif) seperti membeli barang selalu berhubungan dengan idola nya. Kelima, meskipun sebagai penggemar Korea disisi lain mereka tetap mencintai budaya sendiri tanpa mengurangi rasa nasionalisme karena kecintaan dengan Korea hanya sebatas hobi. Berdasarkan penelitian di berindikasi memiliki faktor-faktor lainnya di faktor internal individu .

Sejalan dengan studi Prayogo Pangestu Adjie. Kenyataannya banyak mahasiswa mengalami perubahan dengan menghabiskan waktunya dengan menikmati tayangan-tayangan Korea. Hal ini

⁸⁰ Miftaqurrohmah, "Dampak Korean Wave Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UNP Kediri" (Artikel Skripsi, 2015).

menunjukkan bahwa terdapat 2 faktor tersebut di dalamnya pengalaman & pengamatan, konsep diri, kelompok referensi, dan kebudayaan.

Berdasarkan pokok hasil pembahasan di atas bahwa fenomena *hallyu (korean wave)* dapat berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang dikarenakan, misalnya adalah pembentukan perilaku dimana Branca, Woodworth dan Marquis, Sartain, dkk., dan Morgan, dkk. mengatakan perilaku atau aktivitas-aktivitas itu merupakan manifestasi kehidupan psikis.⁸¹ Pembentukan perilaku ini disandarkan pada atas ilmu membicarakan tentang jiwa yaitu ilmu psikologi. Berkaitan jiwa itu sendiri tidak tampak, bisa di observasi melalui tingkah laku dalam wujud jiwa. Yang termasuk di dalamnya ada pembentukan perilaku yang menggunakan contoh panutan. Seorang anak yang mencontoh orang tuanya ketika berbicara, pemimpin sebagai panutan kepada bawahannya (dipimpin), hal tersebut menunjukkan pembentukan perilaku dengan menggunakan model. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan atau keterkaitan indikator skala *hallyu* yaitu *role model* yaitu 19% terhadap gaya hidup namun tidak menginternalisasi seseorang. Dan sisanya 80% kemungkinan besar faktor-faktor lainnya dari penelitian-penelitian terdahulu dengan bermacam indikator yang telah disebutkan sebelumnya. Sehingga cara tersebut peneliti mendasarkan pada tokoh Bandura yaitu teori belajar sosial *observational learning theory (social learning theory)*.

⁸¹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: ANDI, 2005), 10-15.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil olahan data di atas, peneliti dibantu dengan program *Google Form* dan SPSS 24 for Windows. Olahan data deskripsi responden yang diperoleh antara lain: Jenis kelamin dengan jumlah 50 orang total persentase 100% mayoritas adalah perempuan, Usia responden dari rentang 17 – 21 tahun dengan persentase tinggi 60% yaitu berusia 21 tahun ke atas, dan Status terdapat 4 kategori terdiri dari pelajar 10%, mahasiswa 22%, pekerja 42%, dan sebagainya seperti ibu rumah tangga atau tidak bekerja 26%.

Hallyu (Korean Wave) memiliki dampak secara baik pada gaya hidup remaja Army (*Adorable Representative M.C for Youth*) Banyuwangi. Hasilnya bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($3.382 > 0.2732$), yang artinya berpengaruh signifikan skala *hallyu (korean wave)* dengan gaya hidup remaja. Besar pengaruh *hallyu (korean wave)* pada gaya hidup remaja adalah 19,2%. Sedangkan untuk 80,8% dipengaruhi faktor selain (fenomena *hallyu*). Di antara nya faktor internal seseorang yaitu ada kepribadian, pengamatan dan pengalaman, motif, konsep diri dan faktor eksternal ada kelas sosial, kelompok referensi, kebudayaan dan keluarga.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

1. Bagi Remaja

Sebagai penulis penelitian, menjamurnya fenomena *hallyu* diharapkan sebagai remaja yang baik mampu mencerminkan teladan yang positif yaitu dengan menyaring budaya yang masuk di Indonesia dengan mengambil nilai-nilai positif dan membuang buruknya. Misalnya menjadi panutan (*role model*) dalam mengapai cita-cita karena kebanyakan idola K-pop sangat gigih dan konsisten dalam mewujudkan cita-cita dengan menjadi trainee bertahun-tahun meskipun tidak menjanjikan kesuksesan tetapi juga kegagalan.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian bisa bermanfaat bagi teman-teman mahasiswa di luar sana kelak bisa lebih lagi mengembangkan wawasan dan ilmu pengetahuan tentang fenomena *hallyu* dan gaya hidup seseorang khususnya bagi mahasiswa Psikologi dalam kehidupan sehari-hari.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di penelitian semoga yang akan datang lebih berkembang dari sebelumnya, indikator skala lainnya sehingga memprediksi bisa berpengaruh besar terhadap gaya hidup seseorang.

Diharapkan ke depannya bisa melakukan intervensi lebih baik lagi antara kedua negara contohnya kita sebagai konsumen pelaku terbesar

penikmat konten-konten budaya luar (Korea) seperti K-pop, K-drama, pariwisata, dan lain sebagainya alangkah baiknya melakukan kerja sama yaitu yang sedang terjadi saat ini ialah kerja sama transaksi bilateral mata uang itu merupakan bentuk upaya dalam intervensi dengan negara Asing.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

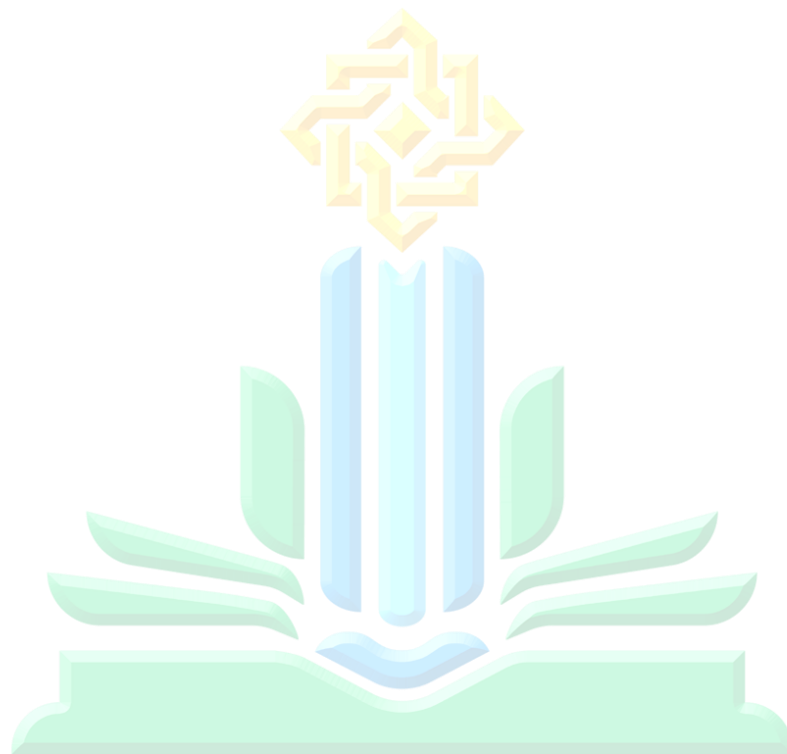
DAFTAR PUSTAKA

- Agum Gumelar, Sandy. Almaida, Risa. Azmi Laksmiwati, Adinda. 2021. "Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop." *Cognicia*. 9(1).
- Akbardesiana, "Apa sih penyebab luntarnya Nasionalisme".
- Ariffin, Z. Z. (2013). "Analyzing The Dimension of Korean Popular Culture Among Malaysian Adolescent". *Internasional Journal*.
- Bandura, A. 1986, Social foundation of thought and action: A Social Cognitive Theory. Englewood Cliffes, NJ: Prentice Hall
- Bandura, A. 1962. Social learning through imitation. Dalam M.R. Jones (Ed), Nebraska symposium on motivation. Vol 10. Lincoln: University of Nebraska Press.
- BBC News Indonesia. (2021). "BTS Meal Mcd: Kerumunan, penutupan gerai, donasi hingga dijual jutaan rupiah, fenomena apa yang terjadi." <https://penerbitdepublish.com/cara-menulis-kutipan-dari-berita-online/>
- Chang, WoongJo. (2012). *Fandom Hallyu, Suku Di Era Jaringan Digital*. (Skripsi, Universitas Hongik, 2019) Diakses dari
- Daniar Paramita, Ratna Wijayanti. Dkk. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widyagama Press. 64.
- Devina, Metta. Dkk. 2021. "Efektivitas Penggunaan Bangtan Sonyeondan (BTS) sebagai Celebrity Endorser Samsung Galaxy S20+ BTS Edition pada ARMY Indonesia". *Jurnal E-Komunikasi*. 2.
- Diananda, Amita. (2019). "Psikologi Remaja dan Permasalahannya." *Journal ISTIGHNA 1*. (1), 117-118.
- Dwi Pangestu, Suci. Suryoko, Sri. 2016. "Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Administrasi Bisnis*. 5.
- Fauzi, Muhammad Rizal. 2014. "Penggunaan Google Form sebagai Alat Evaluasi Pembelajaran Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia". Universitas Pendidikan Indonesia. http://repository.upi.edu/6796/68/S_KTP_0900416_Chapter3.pdf.
- Fiolitha M.T, Monique. Irwansyah. 2020. "Peranan Audiovisual Dalam Fenomena Hallyu Sebagai Budaya dan Gaya Hidup Remaja Di Jakarta". 22(2). 184-201.

- Hasanah, N. (2016). *Komunikasi Virtual (Kajian Fenomena Hallyu Wave Terhadap Gaya Hidup Remaja di Purwokerto)*. (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2016) Diakses dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/247>
- Indrastuti, Dwi. "Studi Deskriptif Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Asal NTT Di Yogyakarta." Skripsi, Universitas Sanata Dharma, 2006.
- Marinescu, V. (2014). *The Global Impact Of South Korean Popular Culture: Hallyu Unbond* United Kingdom: Lexington Books.
- Masturah, W Fildzah. (2020). *Pengaruh Budaya Korean Wave Dan Perilaku Fan Entrepreneurship Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis USU)*. (Skripsi, 2020) Diakses dari
- Miftaqurrohmah. 2015. "Dampak Korean Wave terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UNP Kediri." *Artikel Skripsi*.
- Minarti, Mega Sifti. & Nainggolan, Nora Pitri. (2020). "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee". *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3).
- Minarti, Mega Sifti. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee*. (Skripsi, 2020) Diakses dari
- Muhaimin. (2001). *Islam dalam Bingkai Budaya Lokal; Potret dari Cirebon*. Jakarta: Logos. 153.
- Nuralam, Cakrayuri, "Bukti Nyata Liga Korea Selatan di Piala Dunia 2002 Diatur FIFA". 2002.
- Noveni, Flapiana. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Keterlibatan Fashion Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion (Studi Pada Konsumen Toko Sekolah Yogyakarta)*. (Skripsi, 2020). 16.
- Oktafiani, Eli. (2020). "Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Terhadap Semangat Kerja Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening PT. Per (Persero)." Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 47.
- Olivia, Jennifer. & Nurfebiaraning, Sylvie. (2019). "Pengaruh Video Advertising Tokopedia". *Jurnal Lontar*. 7(1), 19. Diakses
- Pemaknaan terhadap *populer culture* diambil dari Storey. (2006). Dalam Jhon Storey, *Cultural Studies Dan Kajian Pop*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010. 140.

- Sagala, Syaiful. (2013). *Memahami Organisasi Pendidikan: Budaya dan Reinventing Organisasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta. 111.
- Setiawan, Daryanto. (2018). "Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya". *Jurnal Simbolika*, 4(1), 62-72.
- Siregar, Ade Rahmawati, (2012). "Remaja". 12.
- Software Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Balai Pustaka. 149.
- STAIN Jember Press. (2013). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: STAIN Jember Press. 37.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta. 11.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta. 142.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 117.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 118.
- Sukma Wardani, Ema. & Santosa, Awan. 2020. "Pengaruh Hallyu, Ambassador Merek, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur Di Yogyakarta". *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*. 8(2). 203-211.
- Sumarto, (2019). Budaya, Pemahaman dan Penerapannya "Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi". *Jurnal Literasiologi*, 1(2). <file:///C:/Users/User/Downloads/49-Article%20Text-224-1-10-20190709.pdf>
- Tasmuji, Dkk. (2011). *Ilmu Alamiyah Dasar. Ilmu Sosial Dasar. Ilmu Budaya Dasar*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press. 160-165.
- Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember Press, 2018).
- Wibowo. (2013). *Budaya Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 15-16.
- Yam, Jim Hoy. & Taufik, Ruhayat. (2021). "Hipotesis Penelitian Kuantitatif". *Jurnal Ilmu Administrasi*.3(2).
- Zakiah, Kiki. dkk. 2019. "Menjadi Korean Di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia-Korea." 12(1). 90-101.

<https://www.slideshare.net/siskawulandari12979/proposal-penelitian-kuantitatif>
<http://repository.stei.ac.id/2876/2/BAB%203.pdf>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Linggih Wais Kurniasih
NIM : D20185054
Program Studi : Psikologi Islam
Fakultas : Dakwah
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 24 Juni 2023

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS LAHORE
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
D20185054



LAMPIRAN 1

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Metode Penelitian	Sumber Data	Rumusan Masalah
Pengaruh Fenomena <i>Hallyu</i> (<i>Korean Wave</i>) terhadap Gaya Hidup Remaja Army Banyuwangi	1. <i>Hallyu</i> (<i>Korean Wave</i>)	1. <i>K-Pop</i> (<i>Korean Pop</i>)	1. <i>Role Model</i> (Panutan) 2. <i>Expression of Idolization</i> Ekspresi dari Pemuda	1. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif 2. Penentuan subjek penelitian menggunakan <i>purposive sampling</i> 3. Metode Pengumpulan Data : a. Observasi b. Angket c. Dokumentasi 4. Teknik Analisis Data menggunakan teknik Regresi Linier Sederhana dengan rumus : $Y = a + bX$	1. Data Primer a. Responden yang diberi seperangkat angket kuesioner secara <i>daring</i> (<i>google form</i>) remaja komunitas grup Army Jember saat uji coba dan Army Banyuwangi saat penelitian	6. Apakah ada pengaruh fenomena <i>hallyu</i> (<i>korean wave</i>) terhadap gaya hidup remaja Army Banyuwangi?
	2. Gaya Hidup	1. Aktivitas (<i>Activities</i>)	1. Hobi 2. Hiburan 3. Belanja 4. Liburan			
		2. Minat (<i>Interest</i>)	1. Media 2. Mode 3. Makanan 4. Rumah 5. Pekerjaan			
		3. Opini (<i>Opinions</i>)	1. Diri sendiri 2. Produk 3. Isu-isu sosial		2. Data Sekunder a. Internet b. Observasi c. Dokumentasi	

LAMPIRAN 2



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH

Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136 Telp. 0331-487550 email :
fakultasdakwah@uinkhas.ac.id website: <http://fdakwah.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B.1346/Un.22/6.a/PP.00.9/ 04 /2023 21 Februari 2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.

Admin Army Banyuwangi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Linggih Wais Kurniasih

NIM : D20185054

Fakultas : Dakwah

Program Studi : Psikologi Islam

Semester : X (sepuluh)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama ± 30 hari di Desa yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Pengaruh Fenomena *Hallyu* (Korean Wave) Terhadap Gaya Hidup Remaja Army (*Adorable Representative M.C for Youth*) Banyuwangi"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Siti Raudhatul Jannah

LAMPIRAN 3

Blueprint Skala Hallyu dan Gaya Hidup

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Favorable	Unfavorable	
<i>Hallyu (Korean Wave)</i>	K-Pop	1. <i>Role Model (Panutan)</i>	-	9, 2, 7, 4, 5, 6, 3, 8, 1,	9
		2. <i>Expression of Idolization (Ekspresi Idola)</i>	10, 11	16, 13, 18, 15, 12, 17, 14, 21, 20, 19	12
Jumlah Item			2	19	21

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Favorable	Unfavorable	
Gaya Hidup	Aktivitas	1. Hobi	1, 3, 4	2	4
		7. Hiburan	10, 8, 7, 6, 9, 11	5	7
		8. Belanja	14, 13, 12	-	3
		9. Liburan	15	16, 19	3
	Minat	1. Media	18, 17, 21	20	4
		2. Mode	24, 23,	22	3
		3. Makanan		-	-
		4. Rumah	26, 25	-	2
		10. Pekerjaan			-
	Opini	1. Diri sendiri	-	-	-
		2. Produk	-	-	-
		3. Isu-isu sosial	29, 28, 27	-	3
	Jumlah Item			23	6

J E M B E R

LAMPIRAN 4

No Responden	HALLYU (X)																					Total X
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	
1	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	96
2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	102
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	100
4	1	1	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	101
6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	104
7	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	100
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	101
9	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	94
10	4	5	5	4	4	2	5	4	3	5	4	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	90
11	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	96
12	5	4	4	5	4	2	4	5	4	5	5	4	2	4	2	4	4	3	4	3	4	81
13	4	4	5	5	4	4	5	4	2	4	5	4	4	5	4	3	3	3	4	4	5	85
14	4	5	3	3	3	3	3	5	4	5	5	3	3	5	3	3	3	4	5	3	3	78
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	102
16	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	1	4	5	4	5	5	5	90
17	5	4	1	3	2	1	1	4	2	1	2	3	1	3	4	2	2	3	4	4	4	56
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	100
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
20	1	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	94
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	102
22	5	4	5	4	4	3	2	4	3	5	5	4	5	3	3	5	3	3	4	2	2	78
23	3	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	96
24	5	4	5	4	5	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	95
25	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	98
26	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	92
27	5	5	5	5	5	1	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	88
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
29	5	5	4	5	4	3	3	3	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	2	4	77
30	4	5	3	4	3	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	1	2	4	72
31	5	4	5	3	3	4	3	3	2	5	4	3	2	3	3	5	2	4	5	3	5	76
32	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	3	3	81
33	4	4	5	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	5	3	3	2	3	3	3	5	76
34	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	5	3	5	88
35	5	3	5	4	5	4	4	3	2	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	3	5	83
36	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	3	3	5	3	5	3	5	5	3	4	87
37	5	5	4	3	4	3	3	3	2	5	5	3	3	5	3	4	3	3	5	2	5	78
38	5	3	3	3	3	3	3	5	2	4	5	3	3	3	2	3	2	3	5	2	3	70
39	5	5	5	3	2	3	3	3	3	3	5	3	4	5	3	4	3	3	5	2	5	79
40	5	5	4	3	3	3	3	5	2	5	5	3	3	5	3	3	2	3	5	3	4	79
41	5	5	4	3	3	4	3	5	2	5	4	4	3	5	2	3	2	4	5	2	5	78
42	3	3	3	5	3	3	3	3	2	5	4	3	3	3	2	3	2	3	3	5	5	69
43	5	5	3	5	3	3	3	5	3	2	5	4	3	3	5	3	3	3	5	3	5	79
44	5	5	4	3	4	3	3	5	3	5	4	3	3	5	3	3	2	3	5	2	5	78
45	5	5	5	5	4	4	3	5	3	4	4	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	85
46	5	5	3	3	3	3	3	5	5	2	5	4	3	3	5	2	3	3	5	5	2	79
47	5	5	3	3	3	4	3	5	2	5	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	5	78
48	5	5	4	4	3	3	4	5	2	5	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	5	79
49	5	5	3	3	3	3	3	5	3	4	4	3	3	5	3	4	3	3	5	2	5	79
50	5	5	4	4	3	3	3	5	2	4	5	3	3	5	3	3	3	5	5	2	5	80

LAMPIRAN 5

GAYA HIDUP (Y)																													Total Y	
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y29		
5	5	5	1	3	4	4	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	125	
5	3	1	5	3	1	5	5	4	5	3	3	5	1	5	5	5	3	3	3	5	1	3	5	5	5	1	3	5	106	
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	141	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	140
5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	5	132	
5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	131	
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	140	
5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	134	
5	5	5	4	5	2	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	126	
4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	5	3	5	5	5	5	2	3	4	5	1	2	5	3	5	5	4	4	4	115	
5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	1	2	4	5	5	5	5	5	124	
4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4	2	2	2	3	4	5	4	104	
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	2	4	5	4	5	3	3	4	4	5	5	3	3	4	4	4	2	3	4	114	
4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	110
5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	132	
5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	1	2	4	4	5	1	4	4	2	5	4	3	1	4	5	5	1	5	5	110	
4	4	4	4	4	3	5	1	5	5	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	100	
5	2	1	5	3	1	5	5	3	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	1	1	5	5	5	1	3	5	102	
5	5	5	4	5	3	5	2	5	5	5	3	5	4	3	5	5	5	4	3	5	1	5	5	3	4	1	4	3	117	
5	5	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	136	
5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	2	4	5	3	5	4	5	4	4	1	5	3	2	5	3	4	5	5	5	120	
5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	121	
5	4	3	5	5	1	5	3	3	5	1	1	3	5	3	5	5	2	5	5	5	3	5	3	1	5	5	5	5	111	
4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	126	
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	5	5	5	5	130	
5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	134	
2	4	2	4	3	3	5	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	3	3	3	4	5	4	3	108	
4	3	2	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1	4	4	121
5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	2	4	5	4	5	3	3	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	4	120	
5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	126
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	119
5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	122	
4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	2	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	5	5	5	5	124	
5	3	4	3	5	5	5	4	4	5	2	4	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	4	3	4	4	5	5	5	124	
4	3	3	5	5	5	4	4	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	124	
5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	125	
5	3	3	5	5	5	5	3	4	5	2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	5	4	121	
4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	3	3	4	5	3	4	4	120	
4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	2	4	4	5	5	3	5	4	4	5	3	5	3	3	3	4	4	5	4	118	
4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	2	3	4	5	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	5	4	114
5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	111
4	3	3	3	5	5	5	4	4	5	2	4	4	5	5	3	5	4	4	5	3	3	3	3	4	5	4	4	4	115	
4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	2	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	2	4	4	4	5	4	116	
5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	2	3	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	117	
4	3	3	5	4	5	4	5	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	4	4	111	
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	3	4	5	4	2	5	5	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	5	117	
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5	3	3	3	4	5	4	4	4	119	
5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	2	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	115	
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	117	
4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	119	
4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	115	
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	117	
4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	3	4	5	5	5	4	119	

LAMPIRAN 6

Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala *Hallyu* dan Gaya Hidup
Uji Coba

Hasil Uji Skala *Hallyu*

No. Butir Instrumen	Person Correlation R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0,281	0,2960	0,133	Tidak Valid
2	-0,221	0,2960	0,241	Tidak Valid
3	0,239	0,2960	0,204	Tidak Valid
4	-0,011	0,2960	0,953	Tidak Valid
5	0,136	0,2960	0,474	Tidak Valid
6	0,167	0,2960	0,377	Tidak Valid
7	0,027	0,2960	0,877	Tidak Valid
8	0,034	0,2960	0,859	Tidak Valid
9	0,093	0,2960	0,624	Tidak Valid
10	-0,191	0,2960	0,312	Tidak Valid
11	0,466	0,2960	0,009	Valid
12	0,203	0,2960	0,282	Tidak Valid
13	0,631	0,2960	0,000	Valid
14	0,406	0,2960	0,206	Valid
15	0,485	0,2960	0,007	Valid
16	0,432	0,2960	0,017	Valid
17	0,492	0,2960	0,006	Valid
18	0,413	0,2960	0,023	Valid
19	0,608	0,2960	0,000	Valid
20	0,469	0,2960	0,009	Valid
21	-0,283	0,2960	0,130	Tidak Valid
22	-0,122	0,2960	0,520	Tidak Valid
23	-0,296	0,2960	0,112	Tidak Valid
24	0,055	0,2960	0,772	Tidak Valid
25	0,310	0,2960	0,095	Valid
26	-0,096	0,2960	0,612	Tidak Valid
27	0,147	0,2960	0,439	Tidak Valid
28	0,603	0,2960	0,000	Valid
29	0,081	0,2960	0,672	Tidak Valid
30	0,138	0,2960	0,468	Tidak Valid
31	0,714	0,2960	0,000	Valid
32	0,399	0,2960	0,029	Valid
33	0,384	0,2960	0,036	Valid
34	0,481	0,2960	0,007	Valid
35	0,541	0,2960	0,002	Valid
36	0,427	0,2960	0,019	Valid
37	0,404	0,2960	0,027	Valid
38	0,817	0,2960	0,000	Valid

39	0,342	0,2960	0,065	Valid
40	1	0,2960	0	Valid

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,956	21

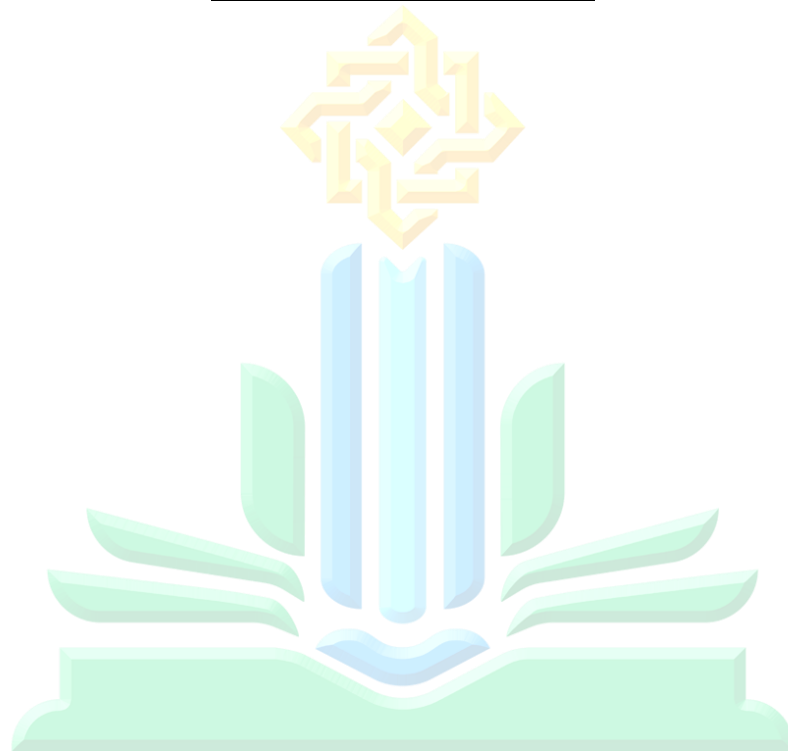
Hasil Uji Skala Gaya Hidup

No. Butir Instrumen	Person Correlation R hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
41	0,303	0,2960	0,103	Valid
42	-0,806	0,2960	0,652	Tidak Valid
43	0,301	0,2960	0,106	Valid
44	0,212	0,2960	0,262	Tidak Valid
45	0,550	0,2960	0,002	Valid
46	0,217	0,2960	0,249	Tidak valid
47	0,271	0,2960	0,147	Tidak Valid
48	-0,064	0,2960	0,763	Tidak Valid
49	0,158	0,2960	0,405	Tidak Valid
50	0,394	0,2960	0,031	Valid
51	0,036	0,2960	0,850	Tidak Valid
52	0,647	0,2960	0,000	Valid
53	0,542	0,2960	0,002	Valid
54	0,567	0,2960	0,001	Valid
55	0,329	0,2960	0,076	Valid
56	0,465	0,2960	0,010	Valid
57	0,549	0,2960	0,002	Valid
58	-0,078	0,2960	0,683	Tidak Valid
59	0,026	0,2960	0,891	Tidak Valid
60	0,305	0,2960	0,101	Valid
61	0,354	0,2960	0,055	Valid
62	0,578	0,2960	0,001	Valid
63	0,071	0,2960	0,707	Tidak Valid
64	0,023	0,2960	0,903	Tidak Valid
65	0,161	0,2960	0,395	Tidak Valid
66	0,391	0,2960	0,033	Valid
67	0,136	0,2960	0,473	Tidak Valid
68	0,027	0,2960	0,887	Tidak Valid
69	0,164	0,2960	0,388	Tidak Valid
70	0,197	0,2960	0,296	Tidak Valid
71	0,338	0,2960	0,068	Valid
72	0,252	0,2960	0,180	Tidak Valid
73	0,100	0,2960	0,601	Tidak Valid
74	0,337	0,2960	0,069	Valid

75	0,310	0,2960	0,095	Valid
76	0,476	0,2960	0,008	Valid
77	0,378	0,2960	0,039	Valid
78	0,459	0,2960	0,011	Valid
79	0,322	0,2960	0,082	Valid
80	0,155	0,2960	0,414	Tidak Valid
81	0,379	0,2960	0,039	Valid
82	0,397	0,2960	0,030	Valid
83	-0,071	0,2960	0,707	Tidak Valid
84	0,056	0,2960	0,769	Tidak Valid
85	0,399	0,2960	0,029	Valid
86	-0,070	0,2960	0,711	Tidak Valid
87	0,057	0,2960	0,766	Tidak Valid
88	0,020	0,2960	0,915	Tidak Valid
89	0,283	0,2960	0,129	Tidak Valid
90	0,169	0,2960	0,371	Tidak Valid
91	0,109	0,2960	0,566	Tidak Valid
92	0,000	0,2960	1,000	Tidak Valid
93	0,114	0,2960	0,549	Tidak Valid
94	0,007	0,2960	0,972	Tidak Valid
95	-0,124	0,2960	0,514	Tidak Valid
96	0,425	0,2960	0,019	Valid
97	0,523	0,2960	0,003	Valid
98	0,252	0,2960	0,179	Tidak Valid
99	0,076	0,2960	0,690	Tidak Valid
100	-0,041	0,2960	0,831	Tidak Valid
101	0,013	0,2960	0,974	Tidak Valid
102	0,141	0,2960	0,458	Tidak Valid
103	0,170	0,2960	0,368	Tidak Valid
104	0,234	0,2960	0,214	Tidak Valid
105	0,022	0,2960	0,909	Tidak Valid
106	0,240	0,2960	0,201	Tidak Valid
107	0,103	0,2960	0,589	Tidak Valid
108	-0,059	0,2960	0,758	Tidak Valid
109	0,020	0,2960	0,915	Tidak Valid
110	-0,237	0,2960	0,206	Tidak Valid
111	0,162	0,2960	0,392	Tidak Valid
112	0,215	0,2960	0,254	Tidak Valid
113	0,172	0,2960	0,363	Tidak Valid
114	0,115	0,2960	0,544	Tidak Valid
115	0,212	0,2960	0,262	Tidak Valid
116	-0,064	0,2960	0,736	Tidak Valid
117	-0,038	0,2960	0,843	Tidak Valid
118	-0,032	0,2960	0,869	Tidak Valid
119	0,102	0,2960	0,592	Tidak Valid
120	-0,042	0,2960	0,824	Tidak Valid
121	0,836	0,2960	0,000	Valid
122	1	0,2960	0	Valid

123	0,414	0,2960	0,023	Valid
124	-0,543	0,2960	0,002	Tidak Valid
125	0,124	0,2960	0,512	Tidak Valid

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,946	29



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN 7

Skala Likert Skala *Hallyu* dan Gaya Hidup Sebelum dan Setelah Uji Coba

Pengantar

Dengan hormat,

Dalam rangka melengkapi data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir, dengan ini peneliti meminta kesediaan saudara/i untuk mengisi skala penelitian mengenai *Hallyu (Korean Wave)* dan Gaya Hidup Remaja. Adapun hasil dari skala ini akan digunakan sebagai bahan penyusunan tugas akhir pada program sarjana Universitas Agama Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang semoga dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Psikologi Islam.

Peneliti memahami waktu yang dimiliki saudara/i terbatas, namun peneliti juga mengharapkan kesediaan saudara/i untuk memberikan informasi secara lengkap dan sejujur-jujurnya pada skala yang terlampir. Identitas dan jawaban atas pernyataan yang peneliti peroleh dijamin kerahasiaannya. Dengan demikian jawaban yang objektif dan jujur dari saudara/i sangat diharapkan guna memperoleh data mengenai *hallyu (korean wave)* dan gaya hidup remaja.

Peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan saudara/i karena telah meluangkan waktu untuk mengisi pernyataan dalam skala penelitian ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Jember, 22 Januari 2023
J E M B E R

Linggih Wais Kurniasih

SKALA LIKERT

Skala *Hallyu* dan Gaya Hidup Sebelum Uji Coba

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Saya Linggih Wais Kurniasih mahasiswi Program Studi Psikologi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember angkatan 2018, sedang melakukan penelitian yang akan digunakan sebagai bahan penyusunan tugas akhir. Disini saya memohon bantuan dan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Dalam pengisian kuesioner ini tidak ada jawaban salah, semua jawaban yang diberikan adalah benar. Semua jawaban dan identitas Saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja. Oleh karena itu, saya mengharapkan Saudara/i bersedia memberikan jawaban dengan sejujurnya/ sesuai dengan keadaan diri sendiri.

Bantuan Saudara/i dalam menjawab penelitian ini merupakan bantuan yang berarti bagi saya. Atas kerjasama Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Hormat saya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Linggih Wais Kurniasih

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Angket ini terdiri dari dua bagian yaitu sebagai berikut.

1. Bagian A terdiri dari identitas responden, yang akan diisi dengan identitas masing-masing responden.
2. Bagian B terdiri dari daftar pernyataan pada bagian ini responden hanya memilih salah satu jawaban yang dianggap paling tepat atau paling mewakili jawaban responden dengan memberi tanda (√) pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan :

1. (STS) = **Sangat Tidak Setuju**
2. (TS) = **Tidak Setuju**
3. (KS) = **Kurang Setuju**
4. (S) = **Setuju**
5. (SS) = **Sangat Setuju**

Berikan tanda centang (√) pada kolom jawaban yang Saudara/i anggap sesuai dengan diri Saudara/i.

Contoh:

No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa sering mengikuti perkembangan berita pribadi K-Pop daripada perkembangan Hollywood		√			

Keterangan :

Jika Saudara/i ingin mengganti jawaban, Saudara/i cukup memberikan tanda sama dengan (=) pada tanda centang (√).

A. IDENTITAS DIRI (RESPONDEN)

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pekerjaan :

No. Hp :

Kuesioner Skala I

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa sering mengikuti perkembangan berita pribadi <i>K-pop</i> daripada perkembangan Hollywood					
2.	Saya merasa memberikan teladan baik ke orang lain untuk diikuti seperti berdonasi kepada korban bencana dan orang yang membutuhkan					
3.	Saya merasa senang saat membeli dan mengoleksi <i>merchandise</i> yang berhubungan dengan <i>Idol K-pop</i>					
4.	Saya merasa termotivasi untuk berprestasi seperti <i>Idol K-pop</i>					
5.	Saya merasa <i>Idol K-pop</i> perlu dicontoh baik nya sebagai panutan misal sangat konsisten dalam meraih cita-cita					
6.	Saya merasa senang saat <i>Idol K-pop</i> dijadikan panutan seperti sikap dermawan dan bijaksana dalam kehidupan bersosial					
7.	Saya merasa bangga kepada <i>Idol K-pop</i> saat memberikan contoh baik dan bermanfaat untuk orang lain lewat karya-karya mereka					
8.	Saya merasa senang dan nyaman ketika <i>Idol K-pop</i> dijadikan panutan sewajarnya oleh penggemar nya					
9.	Saya merasa bangga dengan <i>Idol K-pop</i> karena amat profesional dalam bekerja					
10.	Saya merasa senang dan bangga ketika prestasi <i>Idol K-pop</i> menjadi panutan bagi <i>Idol</i> lain					
11.	Saya tidak menyukai apapun yang berbau Korea (<i>K-pop</i>)					
12.	Saya tidak suka <i>Idol</i> Korea dijadikan kiblats oleh sebagian orang					
13.	Saya tidak menyukai <i>Idol K-pop</i>					
14.	Saya merasa <i>Idol K-pop</i> (Korea) tidak pantas					

	menjadi panutan					
15.	Saya merasa <i>Idol K-pop</i> (Korea) pengaruh buruk					
16.	Saya merasa terbebani saat <i>Idol</i> Korea dijadikan panutan					
17.	Saya tidak merasakan <i>Idol</i> Korea sebagai panutan					
18.	Saya tidak suka jika <i>Idol</i> Korea (<i>K-pop</i>) dijadikan panutan oleh orang-orang					
19.	Saya tidak menyukai semua hal tentang <i>Idol</i> Korea (<i>K-pop</i>)					
20.	Saya kurang setuju jika <i>Idol</i> Korea (<i>K-pop</i>) diprioritaskan segala hal					
21.	Saya suka meniru gaya rambut <i>Idol K-pop</i> (Korea)					
22.	Saya senang meniru gaya bicara <i>Idol</i> Korea (<i>K-pop</i>)					
23.	Saya bangga meniru gaya berpakaian <i>Idol K-pop</i>					
24.	Saya senang saat menggantung dan mengkoleksi foto atau poster <i>Idol K-pop</i>					
25.	Saya senang saat <i>Idol K-pop</i> dan penggemar nya selalu berhubungan baik dengan <i>fandom</i> lain					
26.	Saya senang saat mengumpulkan semua informasi pribadi tentang <i>Idol K-pop</i> (Korea)					
27.	Saya senang dan bangga bisa membeli dan memiliki beberapa album <i>Idol K-pop</i>					
28.	Saya sangat senang dan menikmati saat mendengarkan lagu-lagu <i>Idol K-pop</i>					
29.	Saya suka mengenal dan meresapi makna lagu <i>K-pop</i>					
30.	Saya senang saat hadir dalam <i>event-event</i> kecil di Indonesia yang diselenggarakan tentang <i>Idol K-pop</i> (Korea)					
31.	Saya tidak menyukai gaya rambut <i>Idol K-pop</i> (Korea) karena aneh					
32.	Saya merasa tidak meniru gaya berpakaian <i>Idol K-pop</i> karena aneh dan kurang sopan					
33.	Saya merasa gaya <i>Idol K-pop</i> (Korea) tidak ada bagus-bagus nya					
34.	Saya merasa kurang suka jika ada seorang penggemar yang meniru gaya <i>Idol K-pop</i> (Korea)					
35.	Saya tidak suka dengan penggemar yang membanggakan <i>Idol</i> nya					
36.	Saya kurang menyukai gaya-gaya barat ala <i>Idol</i> Korea (<i>K-pop</i>)					
37.	Saya tidak bangga akan popularitas <i>Idol K-pop</i> (Korea)					
38.	Saya kurang menyukai <i>Idol</i> Korea (<i>K-pop</i>)					
39.	Saya merasa kurang suka budaya <i>Idol</i> Korea (<i>K-</i>					

	<i>pop</i>)					
40.	Saya merasa kecewa dengan menjamurnya musik atau <i>drakor</i> Korea di Indonesia					

Kuesioner Skala II

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya suka mendengarkan musik <i>K-pop</i>					
2.	Saya suka kegiatan nonton <i>drakor</i> (Drama Korea)					
3.	Setiap hari saya suka menonton <i>K-pop</i> dan <i>drakor</i>					
4.	Saya menyukai drama Korea <i>romantic</i>					
5.	Saya menyukai drama Korea <i>action</i>					
6.	Saya suka drama Korea fantasi					
7.	Saya lebih menyukai musik R&B, melow, dan <i>beat K-pop</i>					
8.	Saya kurang suka <i>fashion K-pop</i> karena terlihat kurang sopan					
9.	Saya kurang suka kegiatan menonton <i>K-pop</i> dan <i>K-drama</i>					
10.	Saya tidak menyukai musik dengan <i>dance K-pop</i> (Korea)					
11.	Saya suka nonton <i>K-drama</i> di setiap hari					
12.	Saya suka nonton <i>variety show Idol K-pop</i> (Korea) di youtube					
13.	Saya suka mengedit foto atau video <i>Idol K-pop</i>					
14.	Saya menyukai <i>Idol</i> Korea sebagai hiburan					
15.	Saya suka <i>Idol</i> Korea melainkan juga budayanya					
16.	Saya suka dengan <i>Idol</i> (Korea) karena kelihatan <i>fun</i> dan <i>fresh</i> daripada yang lain					
17.	Mendengarkan dan menyanyikan lagu <i>K-pop</i> menjadi lebih hiburan					
18.	Saya kurang suka drama Korea yang terlalu banyak episode					
19.	Saya kurang suka dengan orang-orang yang menyukai <i>K-pop</i> (Korea) karena <i>lebay</i>					
20.	Saya tidak menyukai orang yang sedikit-sedikit semua tentang Korea itu terlalu berlebihan					
21.	Saya suka belanja pernak-pernik berbau Korea					
22.	Saya suka belanja <i>merchandise K-pop</i> dengan belajar menabung secara bertahap					
23.	Saya menyukai belanja seperti barang-barang yang diiklankan <i>Idol</i> Korea					
24.	Saya suka memborong belanjaan berkaitan dengan <i>Idol K-pop</i>					
25.	Saya suka belanja seperti kimono, <i>hoodie</i> , <i>sweater</i> , sandal, tas dan topi yang dipakai <i>Idol</i> Korea					

26.	Saya suka belanja produk-produk Indonesia yang berhadiah PC <i>Idol</i> Korea					
27.	Saya suka belanja produk-produk asal Korea demi <i>Idol</i> Korea					
28.	Saya kurang menyukai <i>fans K-pop</i> karena terlalu berlebihan belanja produk tidak penting ala <i>Idol</i> Korea					
29.	Saya tidak suka dengan orang yang kurang menyukai budaya sendiri (Indonesia)					
30.	Saya tidak suka dengan <i>fans K-pop</i> yang terlalu <i>hedon</i> kepada Idolanya					
31.	Saya senang suatu saat nanti liburan nya ke Korea Selatan					
32.	Saya suka liburan ke Korea Selatan ala <i>Idol K-pop</i>					
33.	Saya menyukai liburan ke Korea Selatan karena tempatnya bagus seperti di drama Korea					
34.	Saya tidak suka Korea Selatan menjadi salah satu destinasi liburan buat sebagian orang-orang					
35.	Saya tidak suka Korea Selatan karena wisatanya biasa-biasa saja dan kurang menarik					
36.	Saya merasa senang saat media youtube menjadi wadah <i>variety show</i> para <i>Idol K-pop</i>					
37.	Saya sangat suka aplikasi <i>twitter</i> , <i>instagram</i> dan lainnya para <i>Idol K-pop</i> karena mempunyai akun pribadi					
38.	Saya merasa suka saat <i>Idol K-pop</i> menjadi Brand Ambassador produk Indonesia yang ditayangkan di TV					
39.	Saya tidak menyukai konten-konten berbau <i>K-pop</i> (Korea)					
40.	Saya tidak suka melihat <i>K-pop</i> (Korea) yang muncul di berbagai <i>sosmed</i>					
41.	Saya merasa pecinta mode <i>Idol K-pop</i> yang tak tertandingi					
42.	Saya adalah pecinta mode <i>Idol K-pop</i> setiap saat					
43.	Saya merasa pecinta mode <i>Idol K-pop</i> sangat <i>tren</i>					
44.	Saya tidak menyukai mode <i>Idol K-pop</i> karena terlalu terbuka dan tidak sopan					
45.	Saya tidak suka jika ada orang yang mengikuti mode <i>Idol K-pop</i> (Korea)					
46.	Saya menyukai makanan yang berbau Korea					
47.	Saya menyukai jajanan <i>streetfood</i> Korea yang marak di Indonesia					
48.	Saya merasa senang saat mencoba memasak makanan khas Korea Selatan seperti <i>kimchi</i>					
49.	Saya suka makanan <i>trend</i> Korea Selatan yang menjamur di Indonesia seperti <i>teokbokki</i>					

50.	Saya suka makanan <i>hits</i> Korea karena enak dan cocok di lidah orang Indonesia					
51.	Saya suka mencoba makanan <i>favorite</i> ala <i>Idol</i> Korea					
52.	Saya menyukai makanan <i>viral</i> Korea karena penampilan yang menarik dan resep yang sederhana dan mudah					
53.	Saya kurang menyukai makanan atau jajanan Korea					
54.	Saya tidak menyukai makanan Korea karena kurang enak dan cocok di lidah orang Indonesia					
55.	Saya tidak suka makanan atau jajanan Korea karena harganya lumayan menguras kantong					
56.	Saya merasa menyukai rumah-rumah yang berbau Korea					
57.	Saya suka rumah-rumah ala Korea yang minimalis dan estetik					
58.	Saya suka rumah ala Korea seperti di <i>drakor-drakor</i>					
59.	Saya kurang suka memiliki rumah ala Korea					
60.	Saya tidak begitu menyukai rumah ala Korea karena terlihat kecil dan sempit					
61.	Saya suka pekerjaan sebagai tutor bahasa					
62.	Saya merasa senang pekerjaan <i>translator</i> karena bisa belajar bahasa Korea sesuai keinginan					
63.	Saya senang pekerjaan sebagai <i>translator</i> bahasa Korea karena menarik dan tertantang					
64.	Saya menyukai pekerjaan seperti guru bahasa Korea					
65.	Saya suka pekerjaan sebagai seorang <i>chef</i> di Korea					
66.	Saya menyukai pekerjaan di Korea seperti TKI mempunyai gaji yang besar sekitar 20-30 juta beserta tunjangan-tunjangan lainnya					
67.	Saya tertarik bekerja sebagai pelatih <i>taekwondo</i>					
68.	Saya tidak ada keinginan mempunyai pekerjaan di Korea					
69.	Saya tidak menyukai pekerjaan yang berhubungan dengan Korea					
70.	Saya kurang menyukai pekerjaan karena terlalu kompetitif dan tekanan sosial yang tinggi					
71.	Saya merasa senang saat belajar bahasa Korea menjadi lebih baik dari sebelumnya					
72.	Saya sangat menyukai kulit saya lebih terjaga setelah menggunakan <i>skincare</i> ala <i>Idol K-pop</i>					
73.	Saya merasa senang termotivasi dan percaya diri setelah mengenal arti hidup <i>Idol K-pop</i>					
74.	Saya tidak menyukai berbau <i>K-pop</i> (Korea)					
75.	Saya tidak suka dengan penggemar <i>K-pop</i> terlalu					

	fanantik akan <i>Idol</i> nya					
76.	Saya senang menggunakan produk skincare ala <i>Idol K-pop</i> (Korea)					
77.	Saya merasa suka produk-produk asal Korea karena terpercaya dan memuaskan					
78.	Saya sangat mencintai produk Korea karena produk nya tidak pernah mengecewakan mulai <i>skincare, fashion, make up</i> , profesional dalam kerja, teknologi, tempat wisata, dan orang-orang nya.					
79.	Saya kurang menyukai produk Indonesia yang Brand Ambassador nya <i>Idol K-pop</i> (Korea)					
80.	Saya tidak suka produk-produk <i>skincare</i> asal Korea karena terlalu mahal bagi orang Indonesia					
81.	Saya suka budaya Korea saat seseorang berbuat kesalahan (skandal) langsung di <i>blacklist</i> dari karir nya					
82.	Saya merasa <i>bullying</i> di Korea berdampak besar terhadap karir ke depan nya misal menjadi <i>Idol</i>					
83.	Saya suka cara berpikir orang Korea kurang lebih ada plus minus nya tentang dunia pendidikan (karir)					
84.	Saya sangat tidak suka <i>bullying</i> di Korea karena berdampak besar yang menyebabkan korban bunuh diri terbesar di dunia					
85.	Saya kurang setuju dengan penilaian orang Korea yang sebagian <i>rasis</i> terhadap negara asing					

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Skala Likert

Skala *Hallyu* dan Gaya Hidup Setelah Uji Coba

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Saya Linggih Wais Kurniasih mahasiswi Program Studi Psikologi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember angkatan 2018, sedang melakukan penelitian yang akan digunakan sebagai bahan penyusunan tugas akhir. Disini saya memohon bantuan dan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Dalam pengisian kuesioner ini tidak ada jawaban salah, semua jawaban yang diberikan adalah benar. Semua jawaban dan identitas Saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja. Oleh karena itu, saya mengharapkan Saudara/i bersedia memberikan jawaban dengan sejujurnya/ sesuai dengan keadaan diri sendiri.

Bantuan Saudara/i dalam menjawab penelitian ini merupakan bantuan yang berarti bagi saya. Atas kerjasama Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Hormat saya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Linggih Wais Kurniasih

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Angket ini terdiri dari dua bagian yaitu sebagai berikut.

1. Bagian A terdiri dari identitas responden, yang akan diisi dengan identitas masing-masing responden.
2. Bagian B terdiri dari daftar pernyataan pada bagian ini responden hanya memilih salah satu jawaban yang dianggap paling tepat atau paling mewakili jawaban responden dengan memberi tanda (√) pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan :

1. **(STS)** = **Sangat Tidak Setuju**
2. **(TS)** = **Tidak Setuju**
3. **(KS)** = **Kurang Setuju**
4. **(S)** = **Setuju**
5. **(SS)** = **Sangat Setuju**

Berikan tanda centang (√) pada kolom jawaban yang Saudara/i anggap sesuai dengan diri Saudara/i.

Contoh:

No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa sering mengikuti perkembangan berita pribadi K-Pop daripada perkembangan Hollywood		√			

Keterangan :

Jika Saudara/i ingin mengganti jawaban, Saudara/i cukup memberikan tanda sama dengan (=) pada tanda centang (√).

A. IDENTITAS DIRI (RESPONDEN)

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Status :

No. Hp :

Kuesioner Skala I

No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tidak menyukai apapun yang berbau Korea (K-Pop)					
2.	Saya tidak menyukai Idol K-Pop					
3.	Saya merasa Idol K-Pop (Korea) tidak pantas menjadi panutan					
4.	Saya merasa Idol K-Pop (Korea) pengaruh buruk					
5.	Saya merasa terbebani saat Idol Korea dijadikan panutan					
6.	Saya tidak merasakan Idol Korea sebagai panutan					
7.	Saya tidak suka jika Idol Korea (K-Pop) dijadikan panutan oleh orang-orang					
8.	Saya tidak menyukai semua hal tentang Idol Korea (K-Pop)					
9.	Saya kurang setuju jika Idol Korea (K-Pop) diprioritaskan segala hal					
10.	Saya senang saat Idol K-Pop dan penggemar nya selalu berhubungan baik dengan <i>fandom</i> lain					
11.	Saya sangat senang dan menikmati saat mendengarkan lagu-lagu Idol K-Pop					
12.	Saya tidak menyukai gaya rambut Idol K-Pop (Korea) karena aneh					
13.	Saya merasa tidak meniru gaya berpakaian Idol K-Pop karena aneh dan kurang sopan					
14.	Saya merasa gaya Idol K-Pop (Korea) tidak ada bagus-bagus nya					
15.	Saya merasa kurang suka jika ada seorang penggemar yang meniru gaya Idol K-Pop (Korea)					
16.	Saya tidak suka dengan penggemar yang membanggakan Idol nya					
17.	Saya kurang menyukai gaya-gaya barat ala Idol Korea (K-Pop)					
18.	Saya tidak bangga akan popularitas Idol K-Pop (Korea)					
19.	Saya kurang menyukai Idol Korea (K-Pop)					
20.	Saya merasa kurang suka budaya Idol Korea (K-Pop)					
21.	Saya merasa kecewa dengan menjamurnya musik atau drakor Korea di Indonesia					

Kuesioner Skala II

No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya suka mendengarkan musik K-Pop					
2.	Setiap hari saya suka menonton K-Pop dan Drakor					
3.	Saya menyukai drama Korea <i>action</i>					

4.	Saya tidak menyukai musik dengan <i>dance</i> K-Pop (Korea)					
5.	Saya suka nonton <i>variety show</i> Idol K-Pop (Korea) di youtube					
6.	Saya suka mengedit foto atau video Idol K-Pop					
7.	Saya menyukai Idol Korea sebagai hiburan					
8.	Saya suka Idol Korea melainkan juga budayanya					
9.	Saya suka dengan Idol (Korea) karena kelihatan <i>fun</i> dan <i>fresh</i> daripada yang lain					
10.	Mendengarkan dan menyanyikan lagu K-Pop menjadi lebih hiburan					
11.	Saya tidak menyukai orang yang sedikit-sedikit semua tentang Korea itu terlalu berlebihan					
12.	Saya suka belanja pernak-pernik berbau Korea					
13.	Saya suka belanja <i>merchandise</i> K-Pop dengan belajar menabung secara bertahap					
14.	Saya suka belanja produk-produk Indonesia yang berhadiah PC Idol Korea					
15.	Saya senang suatu saat nanti liburannya ke Korea Selatan					
16.	Saya tidak suka Korea Selatan menjadi salah satu destinasi liburan buat sebagian orang-orang					
17.	Saya tidak suka Korea Selatan karena wisatanya biasa-biasa saja dan kurang menarik					
18.	Saya merasa senang saat media youtube menjadi wadah <i>variety show</i> para Idol K-Pop					
19.	Saya sangat suka aplikasi twitter, instagram dan lainnya para Idol K-Pop karena mempunyai akun pribadi					
20.	Saya merasa suka saat Idol K-Pop menjadi Brand Ambassador produk Indonesia yang ditayangkan di TV					
21.	Saya tidak menyukai konten-konten berbau K-Pop (Korea)					
22.	Saya merasa pecinta mode Idol K-Pop yang tak tertandingi					
23.	Saya adalah pecinta mode Idol K-Pop setiap saat					
24.	Saya tidak suka jika ada orang yang mengikuti mode Idol K-Pop (Korea)					
25.	Saya merasa menyukai rumah-rumah yang berbau Korea					
26.	Saya suka rumah-rumah ala Korea yang minimalis dan estetik					
27.	Saya suka budaya Korea saat seseorang berbuat kesalahan (skandal) langsung di blacklist dari karirnya					
28.	Saya merasa <i>bullying</i> di Korea berdampak besar terhadap karir ke depannya misal menjadi Idol					
29.	Saya suka cara berpikir orang Korea kurang lebih ada plus minusnya tentang dunia pendidikan (karir)					

LAMPIRAN 8



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanda Maulidia
Jabatan : Admin Army Banyuwangi
Alamat : Banyuwangi

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Linggih Wais Kurniasih
NIM : D20185054
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Psikologi Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Army Banyuwangi pada tanggal 24 – 31 Maret 2023 untuk memperoleh data dalam rangka menyelesaikan tugas skripsi yang berjudul **“Pengaruh Fenomena *Hallyu (Korean Wave)* Terhadap Gaya Hidup Remaja Army (*Adorable Representative M.C for Youth*) Banyuwangi”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Banyuwangi, 24 Maret 2023
Admin Army Banyuwangi

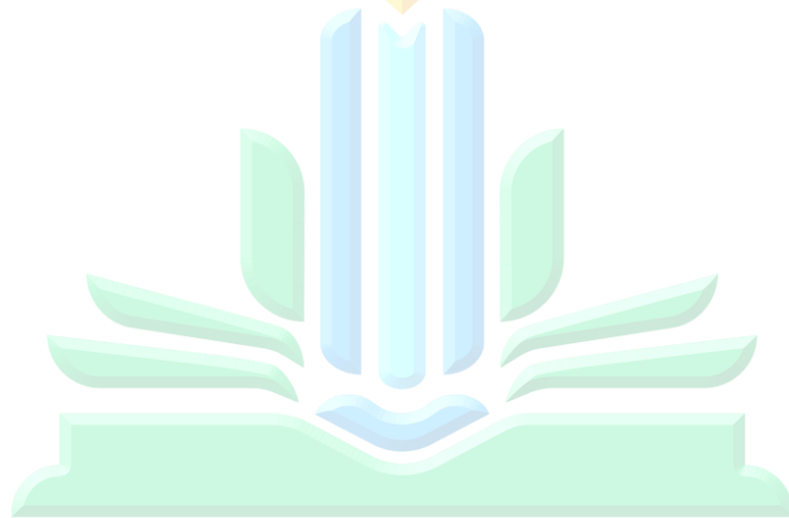
Nanda Maulidia
NIK. 3510205905020002

LAMPIRAN 9

Data Responden Army Jember dan Army Banyuwangi

Timestam p	NAMA	Jenis Kelamin	Usia	Status	No.Handphone
28/01/2023 17:43:29	Lia	Perempuan	21	Mahasiswi	085649554825
28/01/2023 17:52:47	Nila Tria	Perempuan	17	Pelajar	083112166077
28/01/2023 18:35:57	Nadia avitasari	Perempuan	23	Mahasiswa	082331473071
29/01/2023 13:08:46	Dina Wijayanti	Perempuan	17 tahun	Pelajar	085336361744
29/01/2023 13:40:36	Fatimatus zahro	Perempuan	26	IRT	083837507833
29/01/2023 16:28:10	Safina Romadhoni	Perempuan	24	Tidak menikah	085815160151
29/01/2023 17:28:03	RLD	Perempuan	22	ARMY/MAHASISWA	Tidak
29/01/2023 17:28:54	Roifathul janah	Perempuan	22	Mahasiswi	085336571310
29/01/2023 17:57:49	Ira Aprilia Sari	Perempuan	19 tahun	Belum menikah	085779498375
29/01/2023 18:56:32	Diah Ayuning Trias	Perempuan	20	Mahasiswa	082143101633
29/01/2023 19:02:20	Muhamad Fakhur Afif	Laki-laki	20	Mahasiswa	081249189657
29/01/2023 19:15:19	Olivia Dea Nova Ardi	Perempuan	20	Mahasiswa	085731311070
29/01/2023 19:21:07	allif imamah	Perempuan	19	mahasiswa	082338801129
29/01/2023 19:24:43	Nur Laili	Perempuan	19 tahun	Mahasiswa	085230171984
29/01/2023 19:35:29	Wulan tri handayani	Perempuan	19 th	Mahasiswa	081332952503
30/01/2023 6:19:56	Ilma Nafia	Perempuan	23 tahun	Mahasiswa	082334210785
30/01/2023 13:41:20	Riska Novela Saputri	Perempuan	23	Mahasiswa	085648534235
30/01/2023 18:33:44	Nova Ulif Fuadiyah	Perempuan	23	Single	085791312883
31/01/2023 10:34:18	Vera	Perempuan	23	Mahasiswa	085816262298
31/01/2023 12:12:23	SOFIATUL MUTMAINAH	Perempuan	24	Pelajar/ Mahasiswa	082370496218
31/01/2023 15:33:31	Eka Dela Rofita	Perempuan	22 Tahun	Mahasiswa	081327297600
31/01/2023	Ilmi Naila	Perempuan	23	Mahasiswa	082233145393

3 18:05:55	fuadah				
31/01/2023 20:34:37	Syafira Aulia	Perempuan	22	Pekerja swasta	83834718506
01/02/2023 15:01:59	Anggraini Dwi Lestari	Perempuan	20 Tahun	Mahasiswa	085233054826
01/02/2023 15:16:31	Romilda Dwina Anggraini	Perempuan	22	Mahasiswi	089529038160
01/02/2023 16:15:34	Siti Nur Laili	Perempuan	22	Mahasiswa	085755480765
01/02/2023 16:42:49	Cerly Nadila Putri Angga	Perempuan	19	Pelajar	085730597452
02/02/2023 6:12:20	Vina	Perempuan	23	Mahasiswa	082257706449
02/02/2023 16:43:09	Lily	Perempuan	23	Mahasiswa	085812482735
02/02/2023 21:05:30	Indah sari	Perempuan	17	Pelajar	Tidak



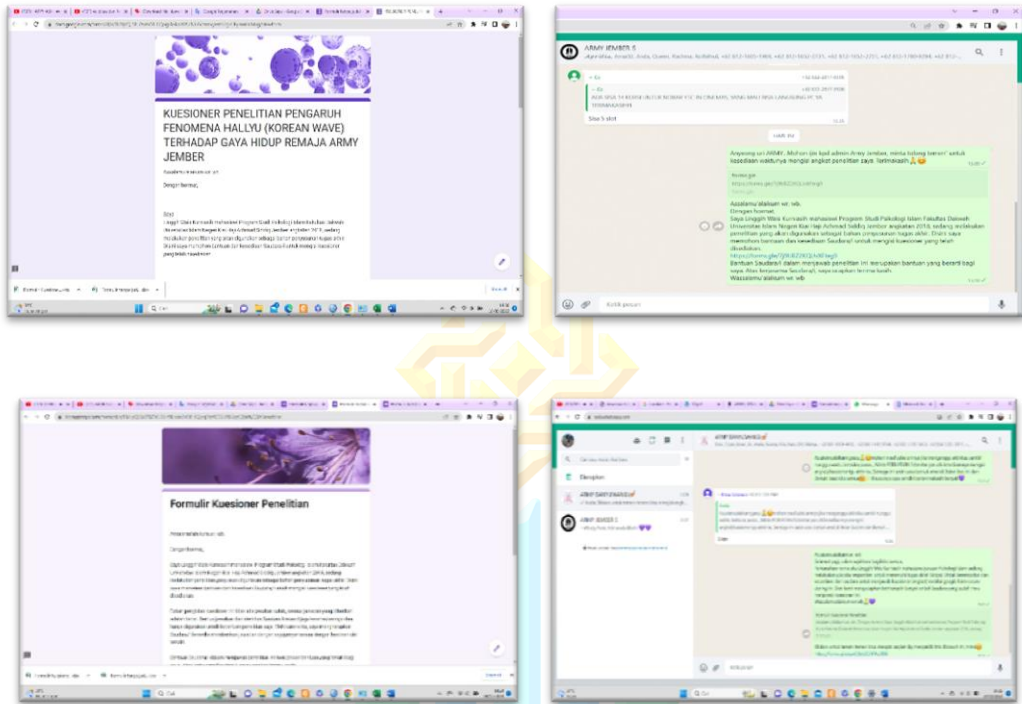
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Timestamp	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Status	No. Handphone
3/24/2023 16.16.02	Betty	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	081335572336
3/24/2023 16.16.04	Ika Rossita	Perempuan	19 tahun	Mahasiswa	085336114360
3/24/2023 16.17.47	Zhara	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	089601225503
3/24/2023 16.39.35	Firda hanisa	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	08972007162
3/24/2023 16.44.48	Putri Amelia Faulina	Perempuan	17 tahun	Pelajar	082234095829
3/24/2023 17.20.39	Olivia nisa	Perempuan	18 tahun	Dll	081259768298
3/24/2023 17.58.22	Chintya	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	081239214866
3/25/2023 17.31.11	Nila tria	Perempuan	17 tahun	Pelajar	083112166077
3/26/2023 17.12.58	Adindha Pinasti	Perempuan	21 ke atas	Mahasiswa	089519225691
3/26/2023 17.17.31	Yayang lili nur indahsari	Perempuan	21 ke atas	Mahasiswa	082232155453
3/27/2023 7.09.51	Ayu	Perempuan	21 ke atas	Dll	081332690997
3/28/2023 18.03.19	Santy	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	085738335879
3/28/2023 21.21.13	Fitriani	Perempuan	19 tahun	Bekerja	081249975062
3/28/2023 22.51.09	Fitriani	Perempuan	19 tahun	Bekerja	081249975062
3/29/2023 10.37.13	Novita Sari	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	082264252440
3/31/2023 19.52.39	Wahyu lestari Widiyati	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	082123849784
4/1/2023 13.44.23	Devi Putri Ediyanti	Perempuan	20 tahun	Mahasiswa	083125171889
4/1/2023 13.47.50	Ika	Perempuan	18 tahun	Mahasiswa	085336114360
4/1/2023 14.16.34	Amanda	Perempuan	17 tahun	Pelajar	081252668335
4/1/2023 15.20.59	Maulidiya Fatimatu Zakiyah	Perempuan	20 tahun	Mahasiswa	085895742696
4/1/2023 15.30.11	Resita Kusuma	Perempuan	21 ke atas	Dll	081554533069
4/1/2023 15.39.06	Catherine	Perempuan	20 tahun	Dll	081353994756
4/1/2023 15.51.09	Elsa tri	Perempuan	20 tahun	Dll	085804913390
4/1/2023 17.24.05	Bella Zasmitha	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	087746394986
4/2/2023 14.42.23	SALSA BILLA AMALIA	Perempuan	21 ke atas	Mahasiswa	089697744066
4/3/2023 6.14.01	Selfi mufaila	Perempuan	19 tahun	Mahasiswa	083119895278
4/3/2023 17.42.49	Alifa	Perempuan	21 ke atas	Mahasiswa	082131799431
4/3/2023 20.47.07	Ega Rachma	Perempuan	21 ke atas	Mahasiswa	081259717153
4/5/2023 5.45.22	Tasya	Perempuan	21 ke atas	Dll	083122642317
4/5/2023 5.54.07	Nanda	Perempuan	21 ke atas	Mahasiswa	085604984031
4/5/2023 6.03.18	diyan	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	085738034693
4/5/2023 11.31.01	Rara	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	081231415212
4/5/2023 11.57.40	ceria	Perempuan	19 tahun	Pelajar	081231410996
4/5/2023 12.12.50	alfiyantinaila	Perempuan	20 tahun	Dll	081334969198
4/5/2023 12.30.57	Putri	Perempuan	21 ke atas	Dll	082228879455
4/5/2023 15.01.05	Eza	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	082232941269
4/5/2023 15.09.34	Elok Faeka	Perempuan	21 ke atas	Dll	082335501243
4/5/2023 15.17.05	Nike	Perempuan	21 ke atas	Dll	082338046000
4/5/2023 15.25.55	nindya	Perempuan	18 tahun	Pelajar	083192694495
4/5/2023 15.35.27	Depi	Perempuan	21 ke atas	Dll	083846753914
4/5/2023 15.42.48	Kikhy	Perempuan	20 tahun	Bekerja	085649976995
4/6/2023 10.13.20	Titik Nuriyah	Perempuan	21 ke atas	Dll	085784292353
4/6/2023 10.20.30	ami	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	085816138915
4/6/2023 10.32.10	dwi ayu	Perempuan	20 tahun	Bekerja	087874887734
4/6/2023 10.46.15	putri zima	Perempuan	20 tahun	Bekerja	089518770654
4/6/2023 11.00.49	regina	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	081916603194
4/6/2023 14.18.10	galung	Perempuan	20 tahun	Bekerja	082237227827
4/6/2023 14.36.01	resita	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	-
4/6/2023 14.45.32	Raisa	Perempuan	21 ke atas	Dll	-
4/6/2023 14.59.33	Sinta	Perempuan	21 ke atas	Bekerja	-

LAMPIRAN 10

Dokumentasi

Sebar Skala Likert Army Jember dan Army Banyuwangi



Contoh koleksi Army Jember dan Army Banyuwangi dari pengaruh *hallyu* menjadi *K-Popers*



J E M B E R

Observasi saat event-event di Army Banyuwangi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BIODATA PENULIS



Biodata :

Nama : Linggih Wais Kurniasih
NIM : D20185054
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 26 Juli 1999
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Psikologi Islam
Alamat : Desa Bagorejo Dusun Krajan RT001/RW001
Kec. Srono Kab. Banyuwangi

Riwayat Pendidikan :

2005 – 2007 : TK Dharma Wanita Persatuan I
2007 – 2012 : SDN 2 Bagorejo
2012 – 2015 : SMPN 1 Srono
2015 – 2018 : MAN 3 Banyuwangi
2018 – sekarang : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Experience :

- Asisten Laboratorium Psikologi UIN KHAS Jember 2020
- Volunteer Mental Health Promoter 2021
- Volunteer Campaign No More Self Diagnose 2021