

**DAYA TARIK DRAMA KOREA DALAM KEPUTUSAN
MEMBELI TELEPON PINTAR SAMSUNG GALAXY Z FLIP**

***HOW KOREAN DRAMA ATTRACTIVENESS AFFECT ON
SAMSUNG GALAXY Z FLIP BUYING DECISION***



ADELA KEYSIA HUTAPEA

NIM 183112200750053

**PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

**DAYA TARIK DRAMA KOREA DALAM KEPUTUSAN
MEMBELI TELEPON PINTAR SAMSUNG GALAXY Z FLIP**

***HOW KOREAN DRAMA ATTRACTIVENESS AFFECT ON
SAMSUNG GALAXY Z FLIP BUYING DECISION***



ADELA KEYSIA HUTAPEA


NIM 183112200750053

**PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui pada tanggal 29 Juli 2022 untuk diujikan.

Yayah Cheryah, S.E., M.A
Pembimbing



Fahdi Sachiya, S.S., M.A.
Ketua Program Studi



Dr. Drs. Somadi, M.Pd.
Dekan

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan pada tanggal 19 Agustus 2022

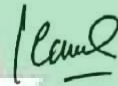
Zaini, S.Sos., M.A.

Ketua/Penguji



Rahmad Faisal, M.Si.M.

Sekretaris/Penguji



Yayah Cheryah, S.E., M.A.

Pembimbing/Penguji

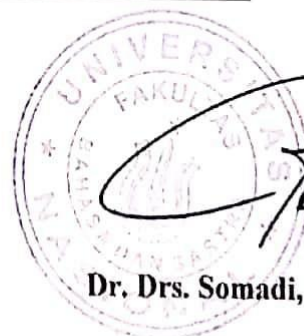


Disahkan pada tanggal _____



Fahdi Sachiya, S.S., M.A.

Ketua Program Studi



Dr. Drs. Somadi, M.Pd

Dekan

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Adela Keysia Hutapea
Nomor Induk Mahasiswa : 183112200750053
Program Studi : Bahasa Korea
Tempat & Tgl. Lahir : Depok, 6 Februari 1999
Alamat : Jl. Taman Harapan RT/RW 014/002 No.
20A Cawang, Kramat Jati, Jakarta
Timur, 13630

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

DAYA TARIK DRAMA KOREA DALAM KEPUTUSAN MEMBELI TELEPON PINTAR SAMSUNG GALAXY Z FLIP

Adalah asli (bukan plagiasi) dan belum pernah digarap oleh penulis/peneliti lain.
Semua pendapat atau ide orang lain yang diambil dalam skripsi ini dilakukan melalui
langkah-langkah ilmiah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jakarta, 9 September 2022

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'SIPILIS TUPAK' and 'PERTEMUAN' along with a date '18/09/2022' and a number '183112200750053'. There is also a small logo of a bird on the stamp.

Adela Keysia Hutapea

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Daya Tarik Drama Korea Dalam Keputusan Membeli Telepon Pintar Samsung Galaxy Z Flip” dan skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta untuk memperoleh gelar Sarjana Linguistik Strata Satu pada program studi Bahasa Korea, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Nasional.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis tentunya mendapat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Somadi, M.Pd selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Nasional.
2. Bapak Fahdi Sachiya, S.S.,M.A selaku Ketua Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional.
3. Ibu Yayah Cheryah, SE.,M.A selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingan, kritik dan saran yang telah diberikan selama penyusunan skripsi.
4. Ibu Dra. Rurani Adinda, M.Ed., Ibu Fitri Meutia, Ibu Kurnia Rachmawati, S.S., M.A., Ibu Ndaru Catur Rini, M.I.Kom., Ibu Ko Yoo Kyung, Ibu Jung Shua, Bapak Park Kyeong Jae, Bapak Zaini, S.Sos., MA, Bapak Heri Suheri, S.S., M.M., dan Bapak Evan Tjahjono Putra, S.S., M.BA. selaku Dosen Fakultas Bahasa dan Sastra Jurusan Bahasa Korea yang telah memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
5. Alm. Bapak Darazin Hutapea, Mama Ijo Rosdiana Tambunan, Leoni, Aron, Elisa, Inang Tua Ica, Stefanus dan keluarga besar Hutapea dan Tambunan yang

selalu mendoakan saya serta memberi dukungan dan semangat yang luar biasa dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Kepada Andrianus yang selalu menyemangati dan mendukung saya.
7. Teman-teman seperjuangan Kidut; Prima, Dhani, Ario, Pascal dan Gezha.
8. Sahabat-sahabat yang selalu menghibur dan menemani disaat saya lelah, Kentank; Assyi, Divy, Bila, Fafa, Ica, Rizka dan Reto.
9. Alika, Ale, Hana dan Maurel selaku member dari OP Warnet yang selalu menghibur dan menemani disaat penulis merasa jenuh.
10. Untuk Norit dan Popo kucing-kucing saya yang selalu menghibur.
11. Teman-teman seperjuangan semasa pertukaran pelajar di *Daegu Catholic University*; Kak Chacha, Jardin, Kak Vidya, Wulan, Nadya, Alika.
12. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.* Terima kasih Adela Keysia Hutapea.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan semoga bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 9 September 2022

Pembuat Pernyataan,



Adela Keysia Hutapea

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
초록.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Metode Penelitian	8
1.6 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data	9
1.7 Sistematika Penyajian	10
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1 Pendahuluan	11
2.2 Tinjauan Pustaka	11
2.3 Landasan Teori.....	14
2.3.1 <i>Film / Drama Attractiveness</i>	14
2.3.2 Teori Pengambilan Keputusan Konsumen (<i>Consumer Buying Decision</i>)	15
2.4 Keaslian Penelitian.....	19
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	23
3.1 Analisis.....	23
3.2 Pembahasan.....	24
3.2.1 Karakteristik Narasumber	24
3.2.2 Produk Samsung Galaxy Z Flip	25
3.2.3 Drama Sebagai Media Promosi.....	30
3.2.4 Keputusan Membeli Karena Drama.....	35

3.2.5 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen (<i>Consumer Decision-Making</i>)	38
BAB IV KESIMPULAN & SARAN	49
4.1 Kesimpulan	49
4.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53
RIWAYAT HIDUP.....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penonton Drama atau Film Korea (global) pada kuartal pertama 2020.....	1
Gambar 1.2 Fenomena K-Drama Start Up pada Holywings 2020	3
Gambar 1.3 Grafik Total Pengguna Smartphone di Indonesia	4
Gambar 1.4 Grafik Merek Smartphone Terbaik di Indonesia Q3 Tahun 2021	5
Gambar 1.5 Samsung, Galaxy S22 Ultra, Galaxy Z Fold3, Galaxy Z Flip3	6
Gambar 2.1 Consumer Buying Decision Process	16
Gambar 3.1 Samsung Galaxy Z Flip di Majalah TPLUS ED 132 2021	28
Gambar 3.2 Samsung Galaxy Z Flip di Koran Harian “Artikel Tentang Ekonomi Korea”	29
Gambar 3.3 Samsung Galaxy Z Flip di Drama Korea Itaewon Class	31
Gambar 3.4 Samsung Galaxy Z Flip di Drama Korea Hometown Chachahca.....	32
Gambar 3.5 Samsung Galaxy Z Flip3 di Drama Korea Business Proposal.....	33
Gambar 3.6 Vans Slip-On & Baju Olahraga Trending Karena "Squid Game"	36
Gambar 3.7 Lip Tint Tony Moly yang digunakan Lee Se Young di Drama Korea A Korean Odyssey	37
Gambar 3.8 Kemeja Kotak-Kotak Nam Do San dan Teman-Temannya di Drama Korea <i>Start Up</i>	37
Gambar 3.9 <i>Cover Screen</i> (layar kecil) Samsung Galaxy Z Flip3.....	40
Gambar 3.10 Samsung Galaxy Z Flip3.....	41
Gambar 3.11 Samsung Galaxy Z Flip3.....	41
Gambar 3.12 Samsung Galaxy Z Flip3.....	42



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Narasumber.....	24
Tabel 3.2 Spesifikasi Samsung Galaxy Z Flip (gen 1&2)	26



ABSTRAK

Drama Korea memainkan peran penting pada popularitas *hallyu*. Selain sebagai produk budaya Korea pertama yang diterima negara lain, drama korea sering digunakan sebagai media promosi produk atau *product placement*. Salah satu merek yang sering melakukannya adalah Samsung Electronics dengan produk *smartphonenya*. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode *interview*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana daya tarik drama korea mempengaruhi pengambilan keputusan menggunakan produk Samsung Galaxy Z Flip. Analisa didasarkan pada teori *Drama Attractiveness* dari Lee dan Yu (2015) dan *Consumer Decision-Making* dari Kotler dan Keller (2009). Berdasarkan hasil *interview* kepada lima narasumber diperoleh hasil bahwa drama korea tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan narasumber untuk membeli Samsung Galaxy Z Flip, namun memicu rasa ingin tahu dan dorongan untuk mencari informasi lebih lanjut terhadap produk tersebut. Keputusan pembelian produk mayoritas dipengaruhi oleh atribut produk yaitu inovasi *smartphone* yang dapat dilipat dan sistem operasional terbaru dan *terupdate* yang ditawarkan Samsung Galaxy Z Flip.

Kata kunci: daya tarik drama, pengambilan keputusan konsumen, Samsung Galaxy Z Flip.



ABSTRACT

Korean dramas played an important role of hallyu phenomenon around the world. The popularity of Korean drama became the first trigger of Korean cultural product in other countries. product placement in movies or drama is a common thing in marketing strategies for any products no exception for smartphone. Samsung as one of essential south Korean company, well known not only in Electronics but also their smartphone technology. By using a descriptive qualitative approach with interview method, this study aims to find how Korean dramas attractiveness affects consumer decision making in using Samsung Galaxy Z Flip. analysis of finding is based on Lee & Yu; theory of drama attractiveness from and Kotler & Keller; Consumer Decision-Making). The research found that Korean dramas attractiveness had no affect on customer decision to buy Samsung Galaxy Z Flip, instead it became trigger of curiosity on the product. Decision to buy product mostly influenced by the product's attributes; foldable innovation on smartphone and use of the latest smartphone operation system in Samsung Galaxy Z Flip.

Keywords: *drama attractiveness, consumer decision making, Samsung Galaxy Z Flip.*



초록

한국 드라마는 전 세계적으로 한류 현상의 중요한 역할을 했다. 한국 드라마의 인기는 다른 나라에서 한국 문화 제품의 첫 번째 방아쇠가 되었다. 영화나 드라마에서의 제품 배치는 스마트폰을 비롯해서 모든 제품의 마케팅 전략에서 공통적인 것이다. 삼성은 전자뿐만 아니라 스마트폰 기술 분야에서도 잘 알려진 한국의 필수 기업 중 하나이다. 본 연구는 삼성 갤럭시 Z 플립을 이용함에 있어 한국 드라마 매력이 소비자 의사결정에 어떤 영향을 미치는지를 인터뷰 방식의 질적 서술적 연구 방법을 통해 알아보려고 한다. 연구 분석은 리앤유(Lee & Yu)와 코틀러앤켈러(Kotler & Keller)의 드라마 매력 이론, 소비자 의사결정(Consumer Decision Making)을 기반으로 한다. 이 연구를 통해 한국 드라마의 매력이 고객이 삼성 갤럭시 Z 플립을 구매하는 결정에 영향을 미치지 않고 오히려 제품에 대한 호기심을 유발하는 것으로 나타났다. 제품의 속성에 가장 큰 영향을 받는 제품 구매 결정이유에는 스마트폰의 폴더블 혁신과 Samsung Galaxy Z Flip의 최신 스마트폰 운영 체제 사용인 것으로 나타났다.

키워드: 드라마 매력, 소비자 의사결정, Samsung Galaxy Z Flip.

