

BAB II KERANGKA TEORI

2.1. Pendahuluan

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi dasar pengetahuan dan penelitian yang relevan mengenai variety show dan motivasi. Penjabaran lainnya dalam bab ini adalah mengenai tinjauan pustaka yang digunakan, kerangka pemikiran penelitian, hipotesis, metodologi penelitian, desain penelitian, populasi, sample dan teknik sampling serta berbagai uji statistik dalam pengolahan data kuesioner yang menjadi data primer dalam penelitian ini.

2.2. Tinjauan Pustaka

Setelah melakukan peninjauan, penulis mendapatkan beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji beberapa penelitian terkait pengaruh sebuah tayangan terhadap motivasi atau beberapa penelitian yang memiliki kaitannya dengan penelitian peneliti.

1. Penelitian pertama adalah Jurnal dari Hadiyani, Abidin, & Utamidewi (2021) dengan judul “*Pengaruh Tayangan Drama Korea Itaewon Class Terhadap Motivasi menjadi Entrepreneurship*” penelitian ini dilakukan terkait dengan pengaruh suatu tayangan terhadap sebuah sikap yaitu motivasi.

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu *Uses and Effect* yang dapat dilihat pada komunikasi massa yang memegang peran penting dalam perkembangan suatu gejala sosial. Teori *uses and effect*, merupakan teori yang berhubungan antara media, *audience*, dan efek (hasilnya) (Rahmawato dikutip dalam Hadiyani, Abidin, & Utamidewi, 2021:134). Selanjutnya juga menurut Bungin dikutip dalam Hadiyani, Abidin, & Utamidewi, (2021: 135) teori ini adalah pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya. Contohnya dari teori *uses and effect* bisa dilihat dari kebiasaan seseorang

dalam menonton atau mendengarkan media massa, seperti kebiasaan orang menonton drama korea yang menimbulkan *effect* dari apa yang dilihat.

Dari hasil Uji Regresi sederhana diperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang dapat disimpulkan bahwa Tayangan *Itaewon Class* berpengaruh positif terhadap Motivasi menjadi *entrepreneurship*. Dan juga tayangan drama Korea *Itaewon Class* dapat menyuguhkan informasi dengan menarik yang menjadi daya tarik tersendiri dalam menayangkan kondisi-kondisi berbisnis dan bagaimana perjuangan seseorang dalam mewujudkan keinginannya. Sehingga dapat disimpulkan tayangan drama Korea *Itaewon Class* berpengaruh dalam motivasi responden untuk menjadi *entrepreneurship*.

2. Penelitian kedua adalah jurnal dari Nawawi, et al., (2021) yang berjudul “*Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) terhadap Motivasi Belajar*”. penelitian ini dilakukan terkait dengan pengaruh gelombang Korea yang saat ini banyak digemari salah satunya dalam bentuk serial drama terhadap motivasi belajar Generasi-Z. masih banyak masyarakat yang berasumsi bahwa apakah drama Korea memberikan dampak positif atau negatif kepada audience yang menonton tayangan tersebut. Sesuai dengan hasil uji penelitian ini terkait minat menonton tayangan drama Korea hanya memberikan pengaruh sebesar 12% terhadap peningkatan motivasi belajar generasi-Z. Tetapi tetap memiliki pengaruh yang signifikan kepada generasi z yang lahir tahun 1997 sampai tahun 2012. Bahwa salah satu pengaruh drama korea dari hasil temuan penelitian menunjukkan dapat membangun komunitas belajar dalam hal meningkatkan Kosakata Bahasa Inggris. Penelitian ini memiliki kaitan dengan penelitian peneliti.
3. Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh AngreinyDian, MuhiddinMuhiddin, NurlinaNurlina, (2020:42-49) dengan judul penelitian “*Pengaruh Penggunaan Media Audio Visual Terhadap Motivasi dan Hasil Belajar IPA Siswa Kelas V SD Negeri Bontoramba*”. Penelitian ini dilakukan lantaran rendahnya motivasi dan hasil

belajar peserta didik pada siswa kelas V SD Negeri Bontoramba, Pallangga. Yang disebabkan oleh penggunaan dan pemilihan media pembelajaran yang kurang sesuai sehingga peneliti melakukan penelitian pembelajaran dengan menggunakan pembelajaran audio visual.

Hasil analisa uji manova menunjukkan nilai signifikansi 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dalam penggunaan media *audio visual* terhadap motivasi dan hasuo belajar IPA kelas V SD Negeri Bontoramba Pallangga. Dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa motivasi belajar siswa pada kelas yang diterapkan pembelajaran menggunakan media audio visual lebih tinggi dibandingkan dengan motivasi belajar siswa pada kelas yang tanpa menggunakan media audio visual. tingginya motivasi belajar siswa yang diberikan treatment (perlakuan) berupa penggunaan media audio visual dibandingkan dengan siswa yang tidak diberikan treatment tersebut merupakan manifestasi kelebihan media audio visual itu sendiri (Angreiny Dian, Muhiddin Muhiddin, Nurlina Nurlina, 2020). Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan dengan penelitian peneliti.

4. Penelitian keempat adalah penelitian yang dilakukan oleh Fransisca Fortunata dan Lusya Savitri Setyo Utami yang berjudul "*The Effect of Addiction of Watching Korean Drama Series on Imitation Behavior of Adolescents*". Penelitian ini dilakukan terkait fenomena gelombang korea yang sangat populer di Indonesia, yang mana salah satu produknya adalah drama korea mempengaruhi sikap dan kebiasaan penggemar remaja. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh kecanduan menonton tayangan drama Korea memiliki pengaruh terhadap sikap imitasi para penggemar remaja?

Berdasarkan hasil uji T-test pada penelitian ini memiliki nilai t hitung sebesar 11,595 dan t tabel 2,004 yang mana t hitung lebih besar daripada t tabel yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kecanduan drama Korea dengan sikap imitasi seseorang. Dan memiliki

nilai R square sebesar 0,710 yang mana berarti pengaruh kecanduan drama terhadap sikap imitasi sebesar 71% yang berarti pengaruhnya cukup kuat.

5. Penelitian kelima adalah penelitian Musrifa Arsyad, yang berjudul “*Pengaruh Menonton Acara Televisi Terhadap Peningkatan Motivasi Belajar pada Siswa kelas VIII di MTS Negeri Lasalimu.*” Penelitian ini dilakukan terkait perkembangan ilmu pengetahuan yang mempengaruhi dalam berbagai segi bidang salah satunya pendidikan. Dampak dari perkembangan teknologi sendiri pun banyak anak yang tidak dapat terhindari dari “penggunaan yang berlebihan” dari produk media massa, dewasa ini semakin banyak acara-acara televisi yang digemari oleh anak-anak mulai musik, sinetron atau kartun yang biasanya disenangi anak-anak dan sekaligus menurunkan minat dan motivasi untuk belajar. Dalam upaya mengetahui apakah menonton tv mempengaruhi motivasi maka pengujian ini dilakukan, hasil uji dari perhitungan penelitian ini termasuk pada kategori sangat tinggi, berdasarkan persentase nilai motivasi belajar siswa dengan nilai ≥ 65 dari 18 responden atau 72%, hal ini disebabkan dengan pelaksanaan instrumen motivasi belajar siswa, sehingga siswa dapat lebih memahami dan menyadari pentingnya motivasi dalam pembelajaran di sekolah maupun diluar sekolah. Uji hasil perhitungan r hitung lebih besar dibandingkan r tabel, maka dari itu dari kedua variabel Menonton TV dan Motivasi Belajar memiliki hubungan yang signifikan.

2.3. Landasan Teori

2.3.1. Menonton

Menonton merupakan salah satu kegiatan dengan menggunakan mata untuk melihat, memperhatikan sesuatu. Menonton adalah kegiatan dalam upaya menggali informasi dari media massa. Dalam hal ini Departemen Pendidikan dan kebudayaan menyebutkan bahwa menonton adalah suatu kegiatan menggunakan mata untuk memandangi (memerhatikan) (Dirayati, 2018). Selanjutnya Menurut Echols & Shadily, dalam Dirayati Rahmatina (2018)

menonton berarti kegiatan melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu. Kemudian ditambahkan menurut (Isdianto, 2019) Menonton acara yang disajikan televisi berarti individu yang menonton akan mengalami proses *observational learning (modelling)* yang akan mempengaruhi berbagai segi kehidupan manusia karena salah satu cara manusia belajar adalah dengan mengobservasi.

Berdasarkan dari beberapa teori di atas aktivitas menonton merupakan kegiatan dalam bentuk upaya menggali informasi dari media massa ataupun sumber lainnya. Adapun indicator dari menonton menurut Kuswandi (2008 : 67) :

1. Durasi adalah seberapa lama penonton melihat siaran yang ditayangkan.
2. Frekuensi adalah seberapa seringnya penonton menonton tayangan program acara yang ditayangkan.
3. Intensitas yaitu tingkat perhatian yang diberikan seorang individu saat menonton program yang ditayangkan.

Progres perkembangan teknologi informasi yang kini sangat cepat menjadikan banyak jenis-jenis media massa semakin relevan, informatif dan banyak masyarakat yang dapat menggunakan dan menikmatinya dengan mudah. Salah satunya adalah tayangan televisi masa kini yang memiliki warna baru dan ide-ide yang segar. Tidak hanya menonton melalui televisi tetapi kini banyak bermunculan *platform* menonton di *smartphone* yang memudahkan para *audience* untuk menonton program acara yang mereka gemari dimana saja.

Macam-macam program acara yang berkaitan dengan *Variety Show*, adalah sebagai berikut :

1. Program Acara

Akhir-akhir ini perkembangan teknologi telah banyak mempengaruhi tumbuhnya ragam cara dalam memilih untuk menonton suatu program. Tidak hanya sekedar menonton di

televisi tetapi akhir-akhir ini banyak bermunculan aplikasi menonton di *smartphone* yang memudahkan para *audience* untuk menonton program acara yang mereka gemari.

Sejalan dengan pendapat Hizbullah dalam Sussolaikah (2016), secara umum program acara televisi bisa dikategorikan menjadi dua yaitu, program berita dan non-berita. Yang termasuk kategori non berita diantaranya :

a. *Reality Show*

Program ini menyajikan suatu keadaan berdasarkan realita yang tanpa rekayasa. Reality show menyajikan acara dengan tingkat realitas yang berbeda-beda. Ada yang betul-betul realita ada juga yang didalamnya terdapat rekayasa, biasanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan.

b. *Game Show*

Suatu program acara televisi yang menyajikan bentuk permainan yang diikuti oleh masyarakat umum maupun selebritis.

c. *Talkshow*

Talkshow adalah program yang menyajikan perbincangan dalam membahas topik tertentu yang dilakukan oleh satu atau beberapa orang dan dipandu oleh seorang pembawa acara. Tamu yang diundang dalam acara tersebut adalah orang-orang yang berpengalaman atau ahli terhadap masalah yang sedang di bahas dalam *talkshow*.

2. Program acara Variety Show

Menurut Naratama dalam Rauf (2021) mengemukakan bahwa *Variety Show* adalah bentuk sebuah program acara yang mengkombinasikan berbagai format lainnya seperti *Talkshow*, *Magazine Show*, *Quiz*, *Game Show*, *Music Concert*, Drama dan Sit-kom". Dengan kata lain *Variety Show* adalah sebuah tayangan yang beragam dan bervariasi yang menggabungkan elemen komedi, dengan berbagai format acara. *Variety Show* sendiri

menurut Yang dalam Muhammad, Humaizi, & Pohan (2021) mempunyai tiga elemen yaitu :

1. *Variety Show* sebagai hiburan
2. *Variety show* yang berpusat pada pembawa acara, serta
3. *Variety show* juga mempunyai karakteristik khas yang ditandai dengan sindiran-sindiran yang khas ataupun *scene* pendek dan lucu.

Kemudian Yang dalam Muhammad, Humaizi, & Pohan (2021) juga menekankan pada dua aspek terakhir yaitu :

- a. *Variety show* yang berpusat pada *host*

Variety yang berpusat pada pembawa acara dan penggunaan segmen yang berbeda menjadi ciri kas *variety show* sekarang ini. ketergantungan identitas *variety show* terhadap *style* dan *personality* dari pembawa acara menjadi kunci dari *variety show* itu sendiri. Seperti yang sering diucapkan produser *variety show* bahwa pembawa acara adalah jiwanya dari acara *variety show*. Bahkan pembawa acara *variety show* memiliki control yang luar biasa terhadap jalannya produksi program tersebut.

- b. *Variety show* yang mempunyai karakter khas

Variety show juga memiliki karakteristik khas berdasarkan “*variety*” nya itu sendiri yang mana sebagai hasil dari campuran berbagai macam genre acara yang lain. Contohnya, *variety show* juga dapat berfungsi sebagai sarana promosi album baru bagi para penyanyi. Selain itu, segmen-segmen yang populer dari *variety show* belakangan ini termasuk : meniru/imitasi, permainan, hingga acara memasak.

Maka dari itu *Audience* atau penonton dapat memilih tayangan atau program acara yang sesuai dengan kebutuhan *audience*. Perilaku tersebut diperkuat dengan teori *model Uses and Gratification*. *Teori Uses and Gratifications* (kebutuhan dan kepuasan) dikembangkan oleh Willbur Schramm pada tahun 1930an. Yang menyatakan bahwa *audience* dipandang sebagai penonton aktif dimana mereka menggunakan media didasari atas kebutuhan akan informasi, pendidikan, dan hiburan (Humaizi, 2018).

Menurut Humaizi dalam buku *Uses and Gratification Theory audience* dilihat sebagai seseorang yang aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan karena dapat memenuhi kebutuhan mereka. Asumsi utama dari teori model *Uses and Gratifications* penonton sebagai individu yang cerdas di mana mereka hanya menonton media yang mampu memenuhi kepentingan-kepentingan yang mereka bawa. Teori ini melihat “bagaimana dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan *audience*” (Humaizi, 2018).

Penggunaan media yang dilakukan dengan intensitas tinggi akan memberikan pengaruh pada diri individu. Kondisi ini sejalan dengan pernyataan menurut (Dirayati, 2018) bahwa Efek yang diwujudkan dari menggunakan media komunikasi massa berkaitan dengan mempengaruhi sikap, menambah pengetahuan, mengubah kebiasaan. Salah satu teori yang menjelaskan tentang efek media yaitu teori model S-O-R, dibawah ini sebagai berikut:

3. Teori Stimulus-Organism-Response

Pada dasarnya prinsip belajar yang sederhana adalah dimana suatu pesan, materi, ide, gagasan, perspektif dapat mempengaruhi seseorang yang mana hasilnya adalah reaksi terhadap reaksi pesan tersebut. Dengan demikian, seseorang dapat menjelaskan suatu kaitan antara pesan-pesan media dan hasil respon dari *audience*. Model/teori S-O-R atau *Stimulus Organism Response* dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953 yang menjelaskan bahwa ada tiga unsur penting dalam komunikasi model ini yaitu : Pesan (Stimulus), Komunikan (Organism) dan Efek (Respon). Artinya pesan yang dipaparkan komunikator pada dasarnya untuk menghidupkan dan mengubah sikap/perilaku target penonton agar bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator (Efendy dalam Abidin & Abidin, 2021).

Menurut (Fisher dalam Abidin & Abidin, 2021), dalam teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*), terdapat komponen yang tidak bisa dipisahkan. Ketiga unsur tersebut antara lain :

1) Pesan (*Stimulus*)

Pesan merupakan bagian yang terpenting dalam komunikasi. Hal ini disebabkan karena pesan adalah subjek yang ingin dipaparkan komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi, pesan memiliki nilai yang besar karena merupakan premis dari komunikasi. Tanpa pesan, komunikasi antara komunikator dan komunikan tidak akan berjalan.

2) Komunikan (*Organism*)

Komunikan merupakan komponen yang akan menerima pesan yang diberikan oleh komunikator. Sikap komunikan terhadap stimulus yang diterima tentunya akan beragam sesuai dengan bagaimana individu tersebut merespon bentuk pesan yang diberikan. Dalam mempelajari sikap, ada tiga unsur penting yang mendukung proses pembelajaran, yaitu perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Ketiga variabel ini penting karena akan menentukan bagaimana komunikan merespon setelah menerima suatu stimulus.

3) Efek (*Response*)

Efek merupakan dampak dari efek komunikasi, yaitu perubahan sikap/perilaku.

Menurut (Fisher dalam Abidin & Abidin, 2021) keberhasilan penerapan teori SOR (*Stimulus, Organism, Respons*) dalam proses komunikasi, dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

a. Komunikator

Komunikator adalah penyampai pesan (pemberi dorongan) sehingga komunikator diharapkan memiliki sifat yang dapat dipercaya oleh komunikan (penerima dorongan). Selain itu, komunikator juga harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan efektif serta memiliki daya tarik yang baik sehingga dapat menarik perhatian.

b. Media

Dalam komunikasi, media merupakan alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan. Untuk itu, media yang digunakan harus

dipilih dengan cermat agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dan dipahami oleh komunikan.

c. Karakteristik komunikasi (Organisme)

Karakteristik komunikasi merupakan faktor yang sangat menentukan apakah pesan yang disampaikan dapat diterima atau tidak, sehingga pemahaman terhadap komunikasi sangat penting dalam memperkuat keberhasilan suatu stimulus yang diberikan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa model SOR (*Stimulus Organism Response*) merupakan komunikasi yang memicu terjadinya perubahan perilaku yang disebabkan oleh pengaruh pesan-pesan yang dikonsumsi seseorang. Oleh karena itu penyebab perubahan perilaku tergantung pada kualitas rangsangan (Stimulus) yang dikirimkan melalui komunikasi dengan organisme (komunikan). Semakin sesuai rangsangan yang diterima maka peluang untuk memahami pesan tersebut semakin tinggi.

2.3.2 Efek Ledakan Gelombang Korea

Perkembangan teknologi informasi juga menyebabkan berbagai perkembangan budaya, salah satunya adalah *Korean Pop Culture* atau sering disebut Gelombang Korea. Popularitas hiburan dan budaya Korea bertumbuh pesat dan berhasil menembus pasar diberbagai belahan Asia dan dunia. Kebudayaan pop yang berada dalam industry hiburan seperti film, serial harian, dan music menjadi kekuatan budaya yang memainkan peran yang signifikan baik di Korea, baik di Asia maupun di Kawasan lainnya. Ragamnya produk dari korea selatan tersebut memadukan modernitas, teknologi dan tradisi dengan nilai kekeluargaan sehingga dapat diterima oleh banyak penggemarnya (Hasanah & Kharismawati, 2019).

Menurut Wijayanti dalam Dirayati, (2018) fenomena budaya Korea tidak bisa dilepaskan dari keberadaan media massa seperti internet, media social, komunikasi massa dan sebagainya, bahkan bisa dikatakan bahwa media massa adalah wadah utama penggerak

fenomena demam Korea. Seiring dengan maraknya budaya pop Korea yang merambah ke Indonesia, Bahasa Korea banyak digemari oleh para penggemar yang ingin lebih dekat dengan apa yang mereka sukai.

Dalam mempertahankan peran dalam hubungan bilateral, Bahasa Korea sudah hadir sebagai matakuliah umum di Universitas Indonesia pada tahun 1986 dan menjadikan sebagai pendidikan Bahasa Korea di Indonesia pertama (Nugroho, 2012). Dan dikarenakan permintaan pembelajaran Bahasa Korea di Indonesia meningkat dikarenakan dua fenomena yang tidak dapat dihindarkan yaitu piala dunia 2002 Korea dan gelombang Korea yang mengakibatkan budaya Korea tersebar dengan cepat hingga kini.

2.3.3 Motivasi Belajar

Secara umum definisi motivasi adalah sebagai penyemangat dalam bahasa Inggris biasa disebut *encouragement* atau usaha untuk melakukan sesuatu (ChristantoDanin & KarinIvena, 2019) Kemudian menurut Sari B. (2019) Motivasi adalah suatu factor yang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi sering kali diartikan sebagai factor pendorong perilaku seseorang. Dari pendapat di atas bahwa motivasi adalah usaha atau upaya seseorang yang ada dalam diri yang akan memberikan semangat untuk belajar demi mencapai tujuan dari belajar tersebut.

a. Peran dan fungsi motivasi belajar

Menurut Menurut Hamzah B.uno dalam (Usman, 2019), peran penting motivasi belajar dan pembelajaran, antara lain :

- 1) Peran motivasi belajar dalam menentukan penguatan belajar. Motivasi dapat berperan dalam penguatan belajar apabila seseorang yang sedang belajar dihadapkan pada suatu masalah yang menentukan pemecahan dan hanya dapat dipecahkan berkat bantuan hal-hal yang pernah dilalui.

- 2) Peran motivasi dalam memperjelas tujuan belajar. Peran motivasi dalam memperjelas tujuan belajar erat kaitannya dengan kemaknaan belajar. seseorang akan tertarik untuk belajar sesuatu, jika yang dipelajarinya itu sedikitnya sudah dapat diketahui atau dinikmati manfaatnya oleh pembelajar.
- 3) Motivasi menentukan ketekunan belajar. seseorang yang telah termotivasi untuk belajar sesuatu akan berusaha mempelajarinya dengan baik dan tekun dengan harapan memperoleh hasil yang baik.

Selain itu, Oemar Hamalik dalam (Usman, 2019), menyebutkan fungsi motivasi itu meliputi :

1. Mengedepankan timbulnya suatu aksi.
2. Motivasi berfungsi sebagai pengarah, artinya mengarah pada perbuatan ke pencapaian tujuan yang diinginkan.
3. Motivasi berfungsi sebagai penggerak, artinya sebagai mesin pendorong dalam kegiatan belajar.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa peran dan fungsi motivasi belajar adalah sebagai pendorong usaha yang ada di diri seseorang untuk mencapai pencapaian tersebut. Peserta didik dituntut untuk menentukan sendiri perbuatan-perbuatan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan belajarnya.

Menurut Lidia Susanti (2019) indikator dalam mengukur motivasi belajar adalah :

1. Kepercayaan diri pada kemampuannya untuk mengerjakan tugas dengan baik.
2. Strategi pembelajaran aktif untuk membangun pengetahuan baru berdasarkan pemahaman sebelumnya.
3. Nilai pembelajaran yaitu merangsang pemikiran, dan menemukan relevansi dalam kehidupan sehari-hari.
4. Tujuan kinerja untuk bersaing dengan siswa lain dan mendapat perhatian dari guru.

5. Kepuasan dalam meningkatkan kompetensi dan prestasi selama pembelajaran.
6. Lingkungan belajar seperti kurikulum, pengajaran guru, dan interaksi sesama siswa.

b. Motivasi dan Pembelajaran Bahasa asing menurut R.C Gardner

Pendidikan social yang dikemukakan oleh Gardner adalah teori motivasi yang cukup terkenal dalam kaitan mempelajari Bahasa asing (MacIntyre di dalam Taie & Afshari, 2015). Menurut (MacIntyre dalam Taie & Afshari, 2015) Model pendidikan sosial yang dikembangkan oleh Gardner adalah salah satu model yang paling dominan di dalam lingkup pembelajaran bahasa asing atau *second language acquisition (SLA)*.

Robert C. Gardner adalah seorang pakar dari Universitas McGill yang memperoleh gelar Phd pada tahun 1960 dibawah arahan Wallave E. Lambert. Dia bergabung dengan departemen Psikologi di Universitas Western Ontario sebagai dosen pada tahun 1961 dan dipromosikan menjadi asistem professor pada tahun 1962. Pada juli 2000, ia diangkat sebagai professor Emiritus Psikologi di Universitas OF Ontario Barat, dimana ia melanjutkan penelitiannya. (Ali H & Macintyre, 2020).

Motivasi menempati bagian krusial dalam pembelajaran bahasa Kedua, yang mana sejalan dengan pendapat (Gardner dalam Sari, 2019) menyatakan bahwa motivasi adalah perpaduan usaha dan keinginan dalam berjuang untuk memperoleh tujuan dalam mempelajari bahasa asing. Ini berarti bahwa motivasi adalah keinginan untuk mencapai tujuan supaya mendapatkan hasil yang memuaskan.

1.1.3.1 Jenis motivasi

Garnder dalam (Sari, 2019) membagi motivasi menjadi dua tipe dalam mempelajari bahasa asing. yaitu motivasi integratif dan motivasi instrumental.

1. Motivasi yang pertama adalah motivasi integratif, Motivasi ini akan terlihat dari keinginan seseorang untuk menyesuaikan dan mengikuti budaya masyarakat melalui bahasa;

2. Motivasi yang kedua adalah motivasi instrumental, Motivasi ini adalah alasan untuk mendorong seseorang untuk belajar bahasa, atau memiliki target dalam menguasai bahasa dengan tujuan tertentu.

Masing-masing setiap orang memiliki tujuannya masing-masing dalam mempelajari bahasa. Dari dua motivasi diatas dapat dikaitkan dengan kegiatan pelajar yang belajar bahasa Korea diperguruan tinggi untuk mendapatkan prestasi akademik yang lebih tinggi berarti mereka memiliki motivasi instrumental. Atau jika mengikuti kegiatan belajar bahasa Korea dikarenakan ingin mengikuti perkembangan budaya Korea berarti mereka memiliki motivasi integratif.

2.4. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian digunakan untuk orisinalitas penelitian dan untuk membantu landasan teori dalam penelitian ini maka diperlukan penelitian terdahulu yang berkaitan dan menjadi pembeda penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan adalah:

1. Penelitian M.Ichsan, dkk (2021) yang berjudul Pengaruh Tayangan *K-Drama* (Korean Drama) terhadap motivasi belajar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan drama korea memberikan pengaruh sebesar 12,7% terhadap motivasi belajar generasi-Z yang lahir tahun 1997-2021. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek yang diteliti sedangkan persamaanya adalah metode dan analisis yang digunakan.
2. Penelitian kedua adalah penelitian Dian Angreiny' dkk, (2020) dengan judul Pengaruh Penggunaan Media Audio Visual terhadap Motivasi dan hasil belajar IPA siswa kelas V SD Negeri Bontoromba. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif Quasi Eksperimen dengan desain penelitian Control-Group Pretest-Posttest design. Uji yang digunakan adalah uji Manova dengan hasil analisa nilai signifikasi sebesar 0,000

lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dalam penggunaan media audio visual terhadap motivasi dan hasil belajar IPA siswa kelas V SD Negeri Bontramba Pallangga. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu metode yang digunakan, objek yang diteliti serta uji analisis statistik yang digunakan. Adapun persamaan penelitian terletak pada judul penelitian yang mencari pengaruh yang dapat memotivasi belajar objek yang diteliti.

3. Penelitian berikutnya adalah penelitian Fransisca Fortunata dan Lusya Savitri Setyo Utami (2021) dengan judul *The Effect of Addiction of Watching Korean Drama Series on Imitation Behavior of Adolescents*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil uji t-test diketahui bahwa nilai t hitung 11,595 dan t table 2,004 yang mana t hitung lebih besar daripada t table maka dapat disimpulkan bahwa Variabel X (Kecanduan Menonton) berpengaruh terhadap Variabel Y (Sikap Imitasi). Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah metode yang digunakan yaitu regresi linear sederhana yang mengkaji satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, judul penelitian, waktu dan tempat penelitian.
4. Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Salma Putri, dkk (2021) dengan judul Pengaruh Tayangan Drama Korea Itaewon Class Terhadap Motivasi Menjadi Entrepreneurship. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatori yaitu penelitian untuk penjelasan atau hubungan, pengaruh, atau adanya hubungan sebab akibat. Dalam penelitian ini variabel independen tayangan drama dibagi dalam tiga variabel yaitu X1 Intensitas, X2 Isi Pesan dan X3 Daya Tarik . Dari hasil Uji dari ketiga variabel X. (X1 Intensitas, X2 Isi Pesan dan X3 Daya Tarik) hanya X1 yang tidak berpengaruh terhadap Motivasi menjadi entrepreneurship. Perbedaan penelitian

yang dilakukan Salma Putri, dkk dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada metode penelitian, objek yang diteliti, waktu, dan tempat penelitian. Adapun persamaanya adalah pada variabel dependen yang diteliti yaitu motivasi.

5. Penelitian berikutnya adalah penelitian Musrifa Arsyad (2019) dengan judul Pengaruh Menonton Acara Televisi Terhadap Peningkatan Motivasi Belajar Pada Siswa Kelas VIII di MTS Negeri Lasalimu. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Jenis penelitian lapangan dan uji hipotesis dari analisis korelasi *Product Moment and Service Solution*. Berdasarkan hasil penelitian persentase nilai motivasi belajar siswa dengan nilai ≤ 65 dari 18 responden dikatakan menonton acara televisi dapat meningkatkan motivasi belajar siswa pada kategori yang sangat tinggi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah metode penelitian yang digunakan, waktu, objek, dan tempat penelitian. Adapun persamaanya adalah pada variabel dependen yang digunakan dalam penelitian yaitu motivasi.

2.5. Kerangka Pemikiran

2.5.1 Pengaruh Menonton *Variety Show Korea* terhadap motivasi pembelajaran Bahasa Korea sebagai Bahasa Kedua

Perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang mewujudkan kemudahan dalam berbagai bidang. pada kehidupan sehari-hari seseorang tidak akan dapat terlepas dari penggunaan media baik itu media massa, ataupun media social. Media sangat lekat dengan kehidupan kita maka dari itu dengan menggunakan media seseorang dapat memenuhi kebutuhannya. Salah satu penggunaan media yang paling familiar adalah dengan menonton televisi atau menonton sebuah tayangan. menonton memiliki fungsi yang dapat memberikan informasi dan juga sekaligus memberikan pengaruh kepada audience. Menurut Teori SOR dalam komunikasi massa pengaruh atau efek merupakan reaksi terhadap stimulus (pesan) tertentu. dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan

reaksi audien. Dalam bidang pendidikan penggunaan media pembelajaran yang beragam sangat diperlukan dalam meningkatkan minat dan motivasi seseorang dalam belajar. media yang variatif cenderung lebih disukai para pelajar, khususnya pembelajaran bahasa asing. penggunaan media yang variatif diyakini dapat meningkatkan motivasi dan juga menjadikan lingkungan pembelajaran jadi menyenangkan. Dikarenakan pengaruh dari *Korean Wave* yang membuat banyak pelajar berminat untuk mempelajari Bahasa Korea maka dari itu pembelajar Bahasa Korea banyak menggunakan produk *Korean Wave* sebagai media pembelajaran, mulai dari serial drama, lagu, film, hingga program hiburan korea.

Program hiburan Korea saat ini banyak yang digunakan sebagai media pembelajaran terkait kebahasaan dan budaya Korea. karena perkembangan program hiburan Korea yang semakin baik dan juga memberikan informasi yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari *audience* sehingga penonton juga dapat merasakan apa yang mereka tonton.

Berdasarkan teori SOR tayangan-tayangan yang berkaitan dengan pembelajaran Bahasa Korea dianggap sebagai stimulus (pesan) yang akan diserap oleh komunikan (*Audience*) yang akan merangsang *audience* untuk memberikan hasil dari tayangan tersebut. Dengan begitu menonton tayangan *variety show* dapat mempengaruhi motivasi belajar Bahasa Korea.

2.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teori, penelitian relevan, dan kerangka pemikiran maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak ada pengaruh menonton *Variety Show* terhadap motivasi pembelajaran Bahasa Korea sebagai Bahasa Kedua pada pengikut akun Twitter @Bakorfess.

Ha : Terdapat pengaruh menonton *Variety Show* terhadap motivasi pembelajaran Bahasa Korea sebagai Bahasa Kedua pada pengikut akun Twitter @Bakorfess.

2.7. Variabel Penelitian

Menurut Darmawan dikutip dalam Victoria (2020:28) Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu obyek yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dianalisis informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independent (X)

Menurut Sugiyono dalam Victoria (2020:30) Variabel independent dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahannya atau timbul variabel dependen (terikat). Variabel bebas merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang diobservasi. Dalam penelitian ini variabel independen (X) adalah Menonton *Variety Show* Korea.

2. Variabel Dependent (Y)

Menurut Sarwono dalam Victoria (2020:31) Variabel tergantung atau variabel terikat adalah variabel yang variabelnya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependent (Y) adalah Motivasi Belajar Bahasa Korea.

2.8. Metodologi Penelitian

2.8.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akun Twitter @Bakorfess secara *online* melalui Google Form.

2.8.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dirancang berlangsung selama 5 bulan. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada April sampai dengan Juli 2022. Penelitian ini dilakukan dari pengamatan awal hingga pengumpulan data primer maupun data sekunder. Kegiatan penelitian ini disajikan pada Tabel 2.1

Table 2.1 Waktu Penelitian

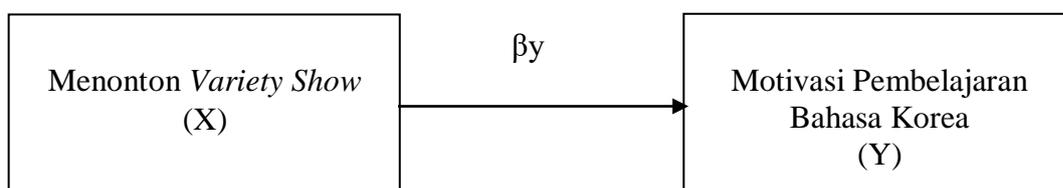
Kegiatan	Tahun 2022																	
	April				Mei				Juni				Juli				Agustus	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Persiapan Penelitian																		
Pembuatan Jadwal																		
Pengumpulan Data																		
Pengolahan Data																		
Analisa Data																		
Penyusunan Data																		
Sidang Skripsi																		

2.8.3 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh menonton *variety show* Korea terhadap motivasi pembelajaran Bahasa Korea dengan menggunakan metode kuantitatif. Menurut Arikunto dalam Rukajat (2018) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan hasilnya.

Adapun pola hubungan variabel X dan variabel Y dapat dilihat pada gambar 2.2. dibawah ini :

Gambar 2.2. Pola Hubungan Variabel X dan Variabel Y



Keterangan :

X : Menonton *variety show*

Y : Motivasi pembelajaran Bahasa Korea

β_y : Koefisien regresi pengaruh X terhadap Y

2.8.4 Populasi, Sampel, Teknik Sampling

2.8.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 115). Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun Twitter @Bakorfess yang tidak diketahui jumlah populasinya.

2.8.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sample dalam penelitian ini *followers* akun Twitter @bakorfess yang mengisi kuesioner melalui Google Form yang sudah ditetapkan berdasarkan teori Roscoe. Pengambilan sample dilakukan dengan menggunakan Teknik *non-probability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Metode *Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Yang mana mengikuti kriteria dalam penelitian ini. Jumlah sampel dalam penelitian berdasarkan teori Roscoe dalam Sugiyono (2013) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500, berdasarkan teori tersebut penelitian ini menggunakan sample berjumlah 137 responden.

2.8.5 Instrumen Penelitian

Pengukuran data dalam variabel yang dianalisis menggunakan instrument kuesioner dengan skala *likert* untuk variabel menonton *variety show* dan motivasi

pembelajaran Bahasa Korea. Skala penilaian ini berisi lima tingkatan penilaian jawaban dengan pilihan sebagai berikut : Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).

Table 2.2 Bobot atau Skor Skala Likert Kuesioner

Bobot/Skor	Jawaban	Kode
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Kurang Setuju	KS
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

Kuesioner dalam penelitian ini disebarluaskan terlebih dahulu kepada 28 responden sebelum disebarluaskan kepada 137 responden sesuai sample yang sudah ditetapkan. Lalu instrument hasil jawaban kuesioner responden diuji keabsahan (*validity*) dan keandalannya (*reliability*). Dari hasil uji tersebut didapatkan butir-butir instrument yang valid dan tidak valid.

Instrument yang valid dipergunakan untuk meneliti sample sesungguhnya dan yang tidak valid dibuang. Pengembangan instrument ditempuh melalui beberapa cara, yaitu : (1) Menyusun indikator variabel penelitian; (2) melakukan uji coba instrument; (3) melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrument.

2.9. Variabel Menonton *Variety Show* Korea

2.9.1 Definisi Konseptual Menonton *Variety Show* Korea

Menonton merupakan kegiatan dengan cara melihat sesuatu menggunakan indera mata. Sebagai bentuk perhatian, menonton juga dapat didefinisikan sebagai cara untuk penonton atau *audience* menggali informasi baik dari media yang digunakan. Adapun Indikator dari menonton menurut Kuswandi (2008:63) :

1. Durasi. Durasi menonton adalah seberapa lama penonton melihat tayangan yang ditayangkan.
2. Frekuensi. Frekuensi menonton adalah seberapa sering penonton menonton tayangan yang ditayangkan.
3. Intensitas. Intensitas menonton yaitu tingkat perhatian yang diberikan seorang penonton saat menonton sebuah tayangan.

Pada dasarnya individu melakukan kegiatan menonton didasari oleh suatu kebutuhan, oleh karena itu kegiatan untuk menonton memiliki tujuan atau motif yang dicari pun akhirnya juga berbeda pula untuk setiap individu.

Dengan memilih menonton apa yang mereka inginkan berarti tontonan tersebut sesuai dengan kebutuhan para *audience*, yang mana sesuai dengan teori *Uses and Gratification*. Teori *Uses and Gratification* berasumsi bahwa penonton sebagai individu yang dapat memilih media yang mampu memenuhi kepentingan-kepentingan yang mereka ingin dapatkan. Maka dari ada keterkaitan dengan penggunaan media, dengan seseorang memilih media yang cocok proses komunikasi akan berjalan dengan baik.

Variety show adalah sebuah program acara yang menunjukkan keberagaman hiburan dengan isi acara yang diterapkan dalam acara tersebut. Bukan hanya di Korea selatan tetapi berkat budaya Kpop menyebar termasuk program TV dan film meningkatkan popularitas yang luar biasa untuk *variety show Korea*. Adapun yang menjadi ciri khas *Variety show Korea* menurut Imamatul M, (2014: 4) adalah :

1. Memasukan ide-ide yang segar, konsep yang rapih dalam setiap episodenya.
2. Lokasi syuting diberbagai tempat yang bagus dan menarik sehingga membuat orang banyak ingin mengunjungi Korea Selatan dan sekaligus memberikan informasi mengenai budaya dan Bahasa Korea selatan.
3. Misi yang seru.

4. Pemain yang komunikatif dan atraktif.

Saat ini media massa sangatlah bervariasi dan relevan dengan progress perkembangan media baru berbasis internet, pengguna media kini dapat mengakses media hiburan, ilmu pengetahuan, dan lain sebagainya dengan cara digital. Dengan semakin berkembangnya teknologi maka pemilihan media menjadi lebih mudah untuk para *audience* mencarinya yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

2.9.2 Definisi Operasional Menonton *Variety Show* Korea

Definisi operasional menonton dalam penelitian ini adalah skor penilaian followers akun Twitter @Bakorfess setelah mengisi kuesioner mengenai menonton *variety show* dengan indikator durasi, frekuensi, intensitas.

Table 2.3 Operasional Variabel Menonton

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Nomor Butir
Menonton	Menonton merupakan salah satu kegiatan dengan menggunakan mata untuk memandang (memperhatikan) sesuatu, sebagai salah satu aspek perhatian, menonton berusaha menggali informasi baik dari televisi maupun yang lainnya. Dalam hal ini Departemen Pendidikan dan kebudayaan menyebutkan bahwa menonton merupakan suatu kegiatan menggunakan mata untuk memandang (memerhatikan) Danim (dalam Rahmatina, 2018)	Durasi	Ordinal	1, 2, 3, 4
		Frekuensi		5, 6, 7, 8, 9
		Intensitas		10, 11, 12, 13, 14, 15
	Jumlah Total Pernyataan			15

2.9.3 Kalibrasi Instrumen Menonon *Variety Show* Korea

Setelah mendapatkan indikator penelitian disusun sebanyak 15 pernyataan kuesioner yang sesuai dengan indikator yang digunakan. Hasil pernyataan kuesioner disebarikan kepada responden sementara lalu hasil jawaban responden di kalibrasi untuk mengetahui validitas dan reliabilitas butir pernyataan sebelum diberikan kepada responden penelitian sesungguhnya.

2.9.4 Validitas Instrumen Menonton *Variety Show* Korea

Kuesioner menonton *variety show* Korea terdiri dari 15 butir pernyataan yang diujicobakan kepada 28 orang responden sebagai sample dan selanjutnya dilakukan kalibrasi untuk mengetahui validitas butir kuesioner. Validitas butir ditentukan r_{xy} yang diperoleh dengan nilai r hitung *Pearson's Product Moment* pada $n=28$, yang ditentukan persamaan dan signifikansi yang ditentukan dengan persamaan. Jika r hitung lebih besar dari r table, maka butir tersebut valid dan selanjutnya akan digunakan untuk pengumpulan data. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil r tabel, maka butir tersebut tidak valid dan selanjutnya tidak digunakan dalam penelitian. Dalam tabel kritis r tabel *Pearson's Product Moment* diketahui 0,3061 untuk $n=28$ dengan $\alpha = 0,05$. Perhitungan koefisien korelasi *Pearson's product moment* dilakukan dengan bantuan Aplikasi SPSS 25.

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

Dengan ketentuan:

r_{xy} : Koefisien Validitas

N : Banyaknya Subjek

X : Nilai Skor X

Y : Nilai Skor Y

$\sum X$: Jumlah Skor X

$\sum Y$: Jumlah Skor Y

$\sum X^2$: Jumlah Kuadrat X

$\sum Y^2$: Jumlah Kuadrat Y

t hitung = $\frac{r_{yx}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_{yx}^2}}$

Hasil uji validitas Variety Show Korea dapat dilihat pada tabel 2.4 berikut ini

Table 2.4 Uji Validitas Intrumen Menonton Variety show Korea

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	X1	0,540	0,3061	Valid
2.	X2	0,609	0,3061	Valid
3.	X3	0,486	0,3061	Valid
4.	X4	0,530	0,3061	Valid
5.	X5	0,543	0,3061	Valid
6.	X6	0,628	0,3061	Valid
7.	X7	0,427	0,3061	Valid
8.	X8	0,354	0,3061	Valid
9.	X9	0,047	0,3061	Tidak Valid
10.	X10	0,118	0,3061	Tidak Valid
11.	X11	0,475	0,3061	Valid
12.	X12	0,195	0,3061	Tidak Valid
13.	X13	0,377	0,3061	Valid
14.	X14	0,669	0,3061	Valid
15.	X15	0,350	0,3061	Tidak Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah).

Dari hasil uji validitas diatas pernyataan terdapat 4 butir pernyataan yang tidak valid dan 11 butir pernyataan valid. Sehingga butir pernyataan yang valid lebih banyak dari yang tidak valid.

2.9.5 Reliabilitas Instrumen Menonon *Variety Show* Korea

Dalam penelitian ini 15 butir pernyataan kuesioner dihitung dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sedangkan butir pernyataan kuesioner yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian. Perhitungan dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS25.

Rumus Cronbach Alpha adalah sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

r = koefisien reliabilitas instrument (cronbach alpha)

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma_b^2$ = total varian butir

σ_t^2 = total varian

Menurut Ghozali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2018:46), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Numally, dalam Ghozali, 2013:48). Reliabilitas kurang dari 0,70 dapat dinyatakan instrument dianggap kurang baik.

Hasil uji reliabilitas variabel *Variety Show* Korea yang diolah dengan aplikasi SPSS 25 pada 28 responden dapat dilihat pada tabel 2.6.

Table 2.5 Reliabilitas Intrumen Menonton *Variety show* Korea.

Reliability statistic	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,822	15

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah).

Pada tabel 2.5 diatas dapat dilihat nilai reliabilitas sebesar 0,822 sehingga dapat disimpulkan untuk semua butir instrument pada variabel menonton *Variety Show* Korea reliable dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

2.10 Variabel Motivasi Belajar

2.10.1 Definisi Konseptual Motivasi Belajar

Motivasi belajar secara umum adalah pendorong pada diri seseorang yang membantu seseorang untuk mencapai tujuan. Dalam aktivitas belajar, motivasi sangat diperlukan untuk meningkatkan semangat belajar siswa supaya kegiatan belajar dapat berjalan dengan sempurna, baik untuk pembelajaran non-formal dan formal. Adapun pengertian motivasi belajar menurut Sardiman (2018: 73), motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam diri dan di dalam subjek untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu demi mencapai suatu tujuan.

Dalam buku Strategi Pembelajaran Berbasis Motivasi (2019) karya Dr. Lidia Susanti, S.P ada enam indikator untuk mengukur motivasi belajar pada peserta didik, antara lain:

1. *Self-efficiency*

Kepercayaan diri pada kemampuannya untuk mengerjakan tugas dengan baik

2. *Attitude Toward the Class*

Strategi pembelajaran aktif untuk membangun pengetahuan baru berdasarkan pemahaman sebelumnya

3. *Value*

Nilai pembelajaran yaitu merangsang pemikiran, dan menemukan relevansi dalam kehidupan sehari-hari.

4. *Purpose*

Tujuan kinerja untuk bersaing dengan siswa lain dan mendapat perhatian dari guru

5. *Self-achievement*

Kepuasan dalam meningkatkan kompetensi dan prestasi selama pembelajaran.

6. *Class Enviroment*

Lingkungan belajar seperti kurikulum, pengajaran guru, dan interaksi sesama siswa.

2.10.2. Definisi Operasional Motivasi Belajar

Definisi operasional Motivasi Belajar dalam penelitian ini adalah skor penelitian ini adalah skor penilaian follower akun Twitter @Bakorfess setelah mengisi kuesioner mengenai motivasi Belajar Bahasa Korea dengan indikator kepercayaan diri, sikap di dalam kelas, nilai pembelajaran, tujuan, pencapaian, lingkungan kelas

Table 2.6 Operasioinal Variabel Motivasi Belajar

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Nomor Butir
Motivasi Belajar	Motivasi belajar adalah dorongan atau kekuatan yang berasosiasi dengan aktivitas pendidikan. Motivasi belajar menggambarkan kontribusi pelajar pada lingkungan belajar. (Gopalan, Juliana Aida Abu Bakar, Alwi, & Mat, 2017)	Kepercayaan diri	Ordinal	1, 2, 3,
		Sikap di dalam kelas		4, 5, 6
		Nilai Pembelajaran		7, 8, 9,
		Pencapaian		10
		Tujuan		11, 12, 13
		Lingkungan kelas		14,15
				15

2.10.3 Kalibrasi Instrumen Motivasi Belajar

Setelah mendapatkan indikator penelitian disusun sebanyak 15 pernyataan kuesioner yang sesuai dengan indikator yang digunakan. Hasil pernyataan kuesioner disebarkan kepada responden sementara lalu hasil jawaban responden di kalibrasi untuk mengetahui validitas dan reliabilitas butir pernyataan sebelum diberikan kepada responden penelitian sesungguhnya.

2.10.4 Validitas Instrumen Motivasi Belajar

Kuesioner motivasi belajar terdiri dari 15 butir pernyataan yang diujicobakan kepada 28 orang responden sebagai sample dan selanjutnya dilakukan kalibrasi untuk mengetahui validitas butir kuesieoner. Validitas butir ditentukan r_{xy} yang diperoleh dengan harga kritis r *Pearson's Product Moment* pada $n = 28$, yang ditentukan persamaan dan dengan signifikansi yang ditentukan dengan persamaan. Jika r hitung lebih besar r tabel, maka butir tersebut valid dan selanjutnya akan digunakan untuk pengumpulan data. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil r tabel, maka butir tersebut tidak valid dan selanjutnya tidak digunakan dalam peneitian. Dalam tabel harga kritis r tabel *Pearson's ProductMoment* diketahui 0,3061 untuk $n = 28$ dengan $\alpha = 0,05$. Perhitungan koefisien korelasi Peason's Product Moment dilakukan dengan bantuan Aplikasi SPSS26.

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

Dengan ketentuan:

r_{xy} : Koefisien Validitas

N : Banyaknya Subjek

X : Nilai Skor X

Y : Nilai Skor Y

$\sum X$: Jumlah Skor X

$\sum Y$: Jumlah Skor Y

$\sum X^2$: Jumlah Kuadrat X

$\sum Y^2$: Jumlah Kuadrat Y

t hitung

$$= \frac{r_{yx}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_{yx}^2}}$$

Sehingga uji validitas instrumen motivasi belajar dapat diperoleh nilai sebagai berikut.

Table 2.7 Uji Validitas Instrumen Motivasi Belajar

No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1.	X1	0,554	0,3061	Valid
2.	X2	0,802	0,3061	Valid
3.	X3	0,684	0,3061	Valid
4.	X4	0,510	0,3061	Valid
5.	X5	0,709	0,3061	Valid
6.	X6	0,284	0,3061	Tidak Valid
7.	X7	0,502	0,3061	Valid
8.	X8	0,405	0,3061	Valid
9.	X9	0,554	0,3061	Valid
10.	X10	0,372	0,3061	Valid
11.	X11	0,482	0,3061	Valid
12.	X12	0,707	0,3061	Valid
13.	X13	0,486	0,3061	Valid
14.	X14	0,686	0,3061	Valid
15.	X15	0,085	0,3061	Tidak Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah).

Berdasarkan hasil perhitungan validitas instrument motivasi belajar diketahui Sebagian besar dari 15 pernyataan lebih besar dari r tabel. Untuk uji validitas ini sebanyak 28 responden, maka dapat diketahui r tabel sebesar 0,3061. Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar dari 15 pernyataan pada variabel motivasi belajar valid. Adapun dari 15 pernyataan terdiri dari 13 butir valid dan 2 butir tidak valid. Sehingga jumlah pernyataan kuesioner yang valid berjumlah 13 butir.

2.10.5. Reliabilitas Instrumen Motivasi Belajar

Dalam pengujian reabilitas ini butir pernyataan kuesioner dihitung dengan menggunakan *Cronbach Alpha*, sedangkan butir pernyataan kuesioner yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian. Perhitungan dilakukan dengan bantuan aplikasi software SPSS 25. Rumus Cronbach Alpha adalah sebagai berikut.

$$r = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

r = koefisien reliabilitas instrument (*cronbach alpha*)

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma_b^2$ = total varian butir

σ_t^2 = total varian

Menurut Ghazali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghazali (2018:46),

Menurut dasar pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0,70. Reliabilitas kurang dari 0,70 dapat dinyatakan instrument dianggap kurang baik.

Hasil dari olahan data dengan bantuan SPSS 25 didapatkan nilai reliabilitas variable motivasi belajar dengan jumlah responden $n = 28$ adalah sebagai berikut :

Table 2.8 Reliabilitas Instrumen Motivasi Belajar

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,791	15

Dari table diatas didapatkan nilai reliabilitas sebesar 0,791 sehingga dapat disimpulkan untuk semua butir intrumen pada variable motivasi belajar reliable dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

2.11. Uji Asumsi Klasik

Dilakukan pengujian asumsi klasik sebelum uji regresi sederhana. Uji ini bertujuan apakah data dalam penelitian tersebut tersebar secara normal atau tidak, selain itu pengujian ini juga dilakukan untuk melihat apakah dalam penelitian ini terjadi penyimpangan atau tidak. Adapun pengujian yang dilakukan dalam uji asumsi klasik adalah uji normalitas, uji linearitas, uji heterokesdisitas.

2.11.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bermaksud untuk membandingkan apakah sampel berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik dalam model regresi linear adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS 25. Menurut Santoso (2012:293) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu :

- a. Jika probabilitas (Lebih besar) $>0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.

- b. Jika probabilitas (Lebih kecil) $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2.11.2. Uji Linearitas

Uji linearitas bermaksud untuk menguji apakah garis regresi antara variabel X dan variabel Y membentuk garis linier atau tidak. Kriteria pengujian linieritas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y adalah linier. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu:

- a. Jika nilai *Deviation Linearity Sig.* (Lebih besar) $> 0,05$, maka ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.
- b. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* (Lebih kecil) $< 0,05$, maka tidak ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*.

2.11.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksetaraan varian dari residual satu variabel ke variabel yang lain. Jika varian dari residual satu variabel ke variabel yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini apakah data yang diolah terbebas dari heterokedastisitas dilakukan dengan pengamatan pada grafik scatterplot dengan asumsi :

- a. Jika terdapat pola tertentu pada grafik scatterplot, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas
- b. Dan sebaliknya jika tidak terdapat pola bergelombang, menyebar dan menyempit maka tidak terjadi heterokedastisitas

2.12. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono dalam Ridwan (2020) analisis regresi adalah untuk mengetahui arah hubungan dan seberapa besar pengaruh antara dua variabel yaitu variabel X terhadap Variabel Y.

Persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Nilai variabel dependen (variabel terikat)

a :Konstanta atau harga $x = 0$

b : Koefisien regresi

X : Variabel independen (variabel bebas)

2.13. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah suatu aktivitas penghimpunan dan penyajian data agar data lebih bermakna dan mudah dipahami. Menurut Ghazali (2016), statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan rangkuman data tanpa mengambil kesimpulan umum dan menunjukkan gambaran kondisi serta karakteristik jawaban responden untuk masing-masing variabel yang diteliti. Tujuan utama analisis deskriptif untuk memberikan gambaran variabel-variabel yang digunakan, seperti nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata dan standar deviasi dalam suatu penelitian.

2.14. Pengujian Hipotesis

2.14.1. Uji t

Uji-t adalah uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui variabel bebas atau variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Untuk mengetahui variabel independen variety show Korea terhadap variabel dependen motivasi belajar bahasa Korea sebagai bahasa kedua dengan melihat nilai signifikansi t. Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan jika nilai t lebih kecil

dari 0,05 maka H_0 ditolak. Dan jika H_0 ditolak maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Kriteria uji tersebut juga dilakukan dengan membandingkan t hitung hasil olahan statistik dengan t tabel, yaitu :

a. Uji Hipotesis berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Hipotesis berdasarkan signifikansi

- 1) Jika angka sig $> 0,05$, maka H_0 diterima (tidak terdapat pengaruh)
- 2) Jika angka sig $< 0,05$, maka H_0 ditolak. (terdapat pengaruh)

2.14.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah seberapa banyak pengaruh variabel independen (variabel bebas) dalam suatu model regresi mampu menjelaskan variabel dependen (variabel terikat) yang dapat dilihat melalui nilai R-Square (R^2). Semakin tinggi nilai R-Square maka semakin baik model penelitian yang dilakukan.

Menurut Ghozali (2013) nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Rumus perhitungan koefisien determinasi :

$$R^2 = \frac{\beta_1 \sum X_1 Y + \beta_2 \sum X_2 Y}{Y^2}$$
$$R^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{(n-1)}{(n-3)}$$

2.1.5. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah suatu proses apakah dugaan atau asumsi tentang nilai atau karakteristik suatu sample mampu mewakili populasi yang diteliti. Adapun hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_y = 0$ artinya tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan Menonton *Variety show* terhadap motivasi belajar Bahasa korea sebagai Bahasa kedua pada akun Twitter @BakorFess

$H_1 : \beta_y > 0$ artinya memiliki pengaruh positif dan signifikan Menonton *Variety show* terhadap motivasi belajar Bahasa korea sebagai Bahasa kedua pada akun Twitter @BakorFess.

