

**Investigasi Peran *Interesting Storyline, Sociability, Learning, Entertainment, dan Escape*:  
Akankah Mempengaruhi *Intention of Watching Drama Korea* di Masa Pandemi?**

**Dewi Linda Sari**

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia  
dewilindasari\_1707618060@mhs.unj.ac.id

**Nabilla Ramadhani**

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia  
nabillaramadhani\_1707618071@mhs.unj.ac.id

**Reni Sukistianingsih**

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia  
renisukistianingsih\_1707618056@mhs.unj.ac.id

**Sindi Noviyati**

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia  
sindinoviyati\_1707618028@mhs.unj.ac.id

**Usep Suhud**

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia  
usuhud@unj.ac.id

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the factors that influence the intensity of watching Korean dramas during the pandemic. The subjects in this study were respondents who liked to watch Korean dramas during the pandemic. Has collected as many as 214 respondents. The data collection technique for this study was using an online questionnaire using a six point Likert scale with the overall data of the respondents being valid. This study uses quantitative methods. The data analysis method used the Structural Equation Model (SEM) using Amos version 21. The results show that there a significant positive effect of interesting storyline on the intention of watching Korean drama series, the variable escape can also affect the intention of watching Korean drama series positively and significantly, while entertainment, learning, and sociability have a low influence on the intention of watching Korean drama series.*

**Keywords:** *Entertainment, escape, interesting storyline, learning, and sociability.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi intensitas menonton drama Korea dimasa pandemic. Subjek dalam penelitian ini adalah responden yang gemar menonton drama Korea dimasa pandemic. Telah mengumpulkan responden sebanyak 214 responden. Teknik pengambilan data untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner daring menggunakan skala *likert* enam point dengan data keseluruhan responden valid. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah dengan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan Amos versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif signifikan *interesting storyline* terhadap *intention of watching drama Korea series*, variabel *escape* juga dapat mempengaruhi *intention of watching drama Korea series* secara positif dan signifikan, sedangkan *entertainment, learning, dan sociability* memiliki pengaruh yang rendah terhadap *intention of watching drama Korea series*.

**Kata kunci:** Alur cerita yang menarik, hiburan, pelarian, pembelajaran, dan sosiabilitas.

## PENDAHULUAN

*Korean wave* atau gelombang Korea adalah istilah yang diberikan oleh karena tersebarnya budaya Korea pada berbagai negara di dunia. Sejalan dengan pernyataan diatas Pertiwi memaknai *Korean wave* adalah proses penyebaran budaya Pop Korea dikenal dengan istilah ‘Korean Wave’ atau ‘Hallyu’ (Pertiwi, 2013). Indonesia termasuk negara yang sedang terkena demam Korea atau *Korean wave*. Penyebaran gelombang Korea ini juga di dominasi dengan penggunaan media social yang beragam sehingga dapat mudah gelombang Korea ini memasuki negara-negara di Dunia, Wijayanti dalam (Pertiwi, 2013) menyebutkan bahwa proses penyebaran budaya Korea ke dunia internasional tidak bisa dilepaskan dari keberadaan media masa seperti internet, Facebook, Twitter, Youtube, dan sebagainya, bahkan bisa dikatakan bahwa media masa adalah saluran utama penggerak *Korean Wave*. Hal ini dapat terlihat dimulai di layar televisi Indonesia yang sekarang berlomba-lomba untuk menayangkan informasi dan hiburan yang berhubungan dengan Korea dan tayangan drama Korea.

Awal kesukaan Korea biasanya dimulai dari beberapa drama Korea yang sering disiarkan di stasiun TV Indonesia. Lalu masyarakat Indonesia mulai menyukai drama Korea tersebut. Tentu saja mereka mulai mencari informasi tentang aktris dan aktor drama Korea tersebut. Kepopuleran drama Korea juga bukan hanya di Asia tapi juga sudah menyebar ke seluruh dunia. Seperti yang dijelaskan oleh (Islamiyati et al., 2017) drama *Winter Sonata* menjadi awal mula persebaran gelombang Korea hingga ke negara-negara di luar Asia Timur. Drama Korea banyak digemari karena ceritanya yang menarik. Tidak hanya menghibur, drama Korea ternyata juga membawa banyak manfaat bagi kesehatan mental. Tak heran bila drama Korea semakin digemari oleh banyak kalangan, mulai dari remaja hingga dewasa. Menonton drama Korea mungkin sudah menjadi hiburan sehari-hari bagi banyak orang.

Ada orang yang menonton drama Korea di sela-sela kesibukannya dan ada pula yang menonton untuk menghabiskan waktu atau sekadar mencari hiburan. Sehingga drama Korea menjadi budaya populer di masyarakat bahkan dunia. Sejalan dengan pernyataan diatas, William memaknai budaya populer adalah budaya yang banyak disukai, dan karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang (Pampanin et al., 2003).

Drama televisi Korea banyak didasarkan pada cerita romantis, fakta sejarah, kisah-kisah nyata dari masa lalu, thriller, drama keluarga, dan komedi, serta drama yang menggabungkan dari satu atau lebih kategori drama. Telah banyak aktor dan aktris Korea yang telah mampu menarik dan mengambil hati orang-orang di seluruh dunia. Dengan bakat yang baik serta penampilan yang menawan, para artis Korea telah mampu mengangkat perkembangan industri hiburan Korea, khususnya melalui drama dan film. Perkembangan Industri hiburan Korea saat ini sedang membawa dirinya ke arah yang lebih bebas, dewasa dan berwawasan luas di mana orang-orang mengenali kemampuan dan bakat para seniman dan mendorong upaya mereka untuk masuk ke dalam bidang ini lebih dalam (Ardia, 2014).

Berdasarkan temuan dan analisis data penelitian, bahwa motif remaja menonton drama Korea, untuk bersantai dan mendapatkan hiburan, meluapkan emosi yang kurang tersalurkan dan melupakan permasalahan yang terjadi di kehidupannya (Sari, 2015). Pada masa pandemi corona ini yang mengharuskan orang di rumah saja, drama Korea pun menjadi tontonan pilihan. Ada banyak alasan orang menonton drama Korea hingga kecanduan.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti ingin membuktikan dan menginvestigasi peran *interesting storyline*, *sociability*, *learning*, *entertainment* dan *escape*. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk menguji faktor-faktor yang dapat mengetahui intensitas menonton drama Korea di masa pandemi. Dalam hal ini, ada empat variabel yang digunakan untuk mengukur yaitu *interesting storyline*, *sociability*, *learning*, *entertainment* dan *escape*. Pengumpulan data dilakukan di Jakarta selama masa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di bulan Januari 2021. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring.

## TINJAUAN LITERATUR

### *Interesting Storyline*

*Interesting storyline* dapat dilihat dari alur dan kisah ceritanya, menurut Herpina dan Amri (2017) drama Korea memiliki alur cerita yang menarik, dimana kisah-kisahnyanya dikemas dalam berbagai genre. Konten media dimaksudkan untuk para pencari interaksi sosial berinteraksi dengan orang lain karena mereka dapat berkomunikasi dengan menonton bersama atau dengan membicarakan konten program televisi apa pun (Briandana, 2013). Selain hiburan dan relaksasi, remaja saat ini lebih memilih menonton dram Korea daripada serial drama lokal karena narasi yang menarik dilengkapi dengan cerita kisah cinta yang sacral, dan alur cerita yang berorientasi keluarga, dengan konflik yang seru sesuai keadaan yang terjadi di Korea saat itu.

### *Sociability*

*Sociability* atau sosialisasi, Juang dan Leung (2012) mengidentifikasi empat kepuasan yang dicari pemirsa dari menonton serial drama yang meliputi; hiburan, sosialisasi, pembelajaran, dan pelarian yang berdasarkan teori uses and gratification. Sosialisasi adalah menjaga dan menciptakan kelompok sosial melalui interaksi dengan pengguna (Jung, 2009). Beberapa produk pintar dapat memperluas jejaring sosial untuk meningkatkan komunikasi seperti menyediakan komunikasi yang lancar dengan beberapa orang sekaligus, menjaga komunikasi terus menerus, dan memungkinkan komunikasi dengan orang lain yang memiliki produk serupa sehingga dapat terjalin komunikasi yang lebih baik.

### *Learning*

*Learning* atau Belajar adalah "*Proses yang mengarah pada perubahan, yang terjadi sebagai hasil dari pengalaman dan meningkatkan potensi untuk meningkatkan kinerja dan pembelajaran di masa depan*" (Ambrose et al., 2010, p. 16). Hal ini sebagai fungsi dari kesempatan belajar yang berarti bahwa drama tersebut memberikan wawasan kepada pemirsa internasional tentang budaya Korea dan keterkaitan antara ideologi kesantunan dengan bahasa. Drama TV yang disiarkan di Viki dengan demikian terdapat suara yang berbeda (artefak asli, terjemahan subtitle dan komentar pemirsa) dan buat artefak (Locher, 2020). Adegan demikian juga berfungsi sebagai momen belajar tentang norma atau kesopanan budaya yang berbeda serta dapat membuat pemirsa menjadi sadar akan poin referensi budaya mereka sendiri.

### *Entertainment*

*Entertainment* didefinisikan sebagai menonton serial TV asing untuk kesenangan, relaksasi, dan juga untuk mengisi waktu luang (Leung & Xu, 2012). Itu adalah kombinasi hiburan dan kebiasaan waktu yang dilewatkan, yang diberikan pada penelitian paling awal yang dilakukan oleh Rubin pada tahun 1981. *Entertainment* (menonton serial TV Korea untuk hiburan dan kesenangan). Dengan demikian, konsumsi hiburan dapat dibagi sepanjang dimensi orientasi (yaitu, penghindaran vs. pendekatan) dan partisipasi (yaitu, pasif vs. aktif). Paul menemukan bahwa Warcraft memungkinkan dia untuk melepaskan diri dari kenyataan, memberinya kelegaan sementara dari stres. Konsisten dengan definisi pelarian, Uraian Paul tentang pengalaman bermain mencakup aspek perilaku menghindar, mental penyerapan, dan pelepasan dari kenyataan.

### *Escape*

*Escape* atau pelarian, peneliti sebelumnya telah mengidentifikasikan beberapa kategori motivasi menonton seperti hiburan, relaksasi, pembelajaran, gairah, melewatkan waktu, pengalihan, pelarian, dan kemampuan bersosialisasi (Rubin et al., 2010). Pelarian adalah motif

penonton mengadopsi menonton TV menjauh dari masalah luar (Kim et al., 2007). *Escape* (melarikan diri) adalah yang paling sering digunakan untuk menggambarkan serangkaian perilaku penghindaran. Misalnya, membahas makanan sebagai cara konsumen menghindari perasaan rendah diri Hapsari & Ritohardoyo, (2013).

### ***Intention of Watching Korean Drama Series***

*Intention of watching Korean drama series*, drama Korea adalah inovasi budaya yang juga tidak berbahaya mengungkap masalah program televisi dalam negeri yang tidak mampu memenuhi kebutuhan kontemporer penonton (Ho, 2013; Yu & Zhang, 2020). Kebaruan dan nilai suatu film memiliki efek langsung yang paling kuat pada kepuasan dan niat untuk merekomendasikan film, sedangkan keintiman dan ingatan sangat menentukan niat menonton kembali sebuah drama Korea (S. Kim, 2012). Beberapa penelitian mengidentifikasi, di Jepang dan Hong Kong, pengaruh drama televisi Korea yang sangat populer, *Winter Sonata* dan *Daejanggeum*, atas niat konsumen untuk berkunjung Korea dan citra Korea sebagai tujuan yang diinginkan (Han et al., 2011; S.-S. Kim & Kim, 2009).

### **Kerangka Teoritis**

#### ***Interesting Storyline dan Intention of Watching Korean Drama Series***

Penyebab mengapa seseorang tertarik pada sesuatu. Salah satu informan mengatakan, Penyebab utama saya menonton drama Korea, awalnya karena dia mendengar alur cerita yang menarik diceritakan oleh seorang teman, pada saat yang sama saya menonton drama jika pemain yang saya suka pasti semua saya akan menonton drama dan drama Korea memiliki cerita yang menarik dan tidak mudah ditebak (Hapsari & Ritohardoyo, 2013). Kedua peneliti ini menemukan bahwa semakin bagus alur cerita dan citra pemain drama Korea, maka semakin naik niat seseorang untuk menonton drama Korea tersebut. Ciri khas lain yang telah dijelaskan dalam literatur penelitian tentang *soapsgenre* bisa disebut representasi dari emosi atau perasaan, yang memberikan rasa realisme emosional untuk penonton. Banyak informan yang mengapresiasi menyentuh alur cerita dari drama Korea, dan bahkan mengekspresikan emosi mereka dalam bentuk air mata. Leo, asisten peneliti berusia 28 tahun, ingat tangisnya sendiri pengalaman ketika dia menonton '*Winter Sonata*': 'Saya menontonnya bersama dengan ibu saya. (Kami) mulai menangis dari episode delapan. Setiap adegan, setiap episode, (Anda) membutuhkan menangis!'. Peneliti menemukan bahwa *interesting storyline* berhubungan signifikan dengan *intention of watching Korean drama series*.

#### ***Sociability dan Intention of Watching Korean Drama Series***

Remaja masih suka mencari tokoh atau model untuk dijadikan panutan dalam berperilaku maupun berpenampilan, seringkali remaja akan memperhatikan dan mengingat perilaku model yang dilihatnya di televisi (Putri et al., 2018). Seiring dengan adegan-adegan dalam drama yang dilihat, atau perilaku yang digambarkan dapat menarik perhatian, sehingga dari ucapan, gerakan, bahkan juga pakaian yang dikenakan oleh sang pemain akan diamatinya dan kemudian mereka mempraktikkannya. Hijrana (2017) menemukan bahwa citra dari sebuah drama berpengaruh terhadap kehidupan sehari-hari, dan citra drama berpengaruh positif terhadap niat menonton serial drama Korea. Fokus penelitian ini ialah untuk mengetahui dampak yang difokuskan pada perilaku hasil *modelling*. Perilaku hanya difokuskan pada gaya bicara dan berpakaian. Peneliti menemukan *sociability* dan secara umum dapat memediasi pengaruh calon penonton drama Korea pada niat perilaku niat menonton serial drama Korea.

#### ***Learning dan Intention of Watching Korean Drama Series***

Terdapat beberapa faktor dalam pembelajaran kosakata. Mereka memiliki sumber untuk menemukan kata-kata baru, mendapatkan gambaran yang jelas tentang bentuk kata-kata baru, mempelajari per kata, membuat hubungan memori yang kuat antara bentuk dan arti kata-kata

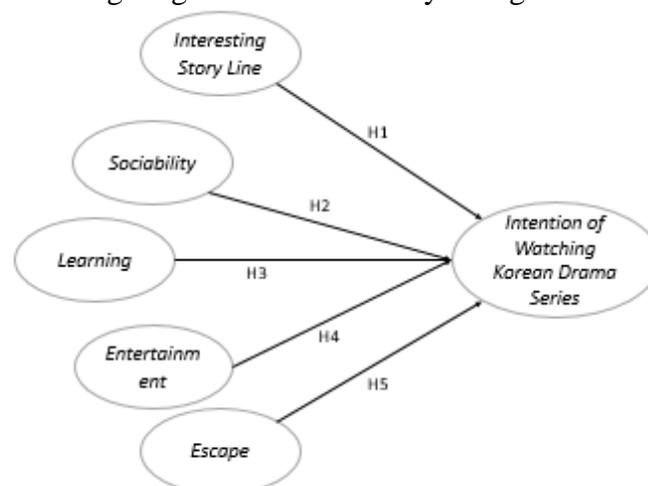
serta melakukan atau menggunakan kata-kata (Hatch & Brown, 1995). Dari observasi dan wawancara diketahui bahwa masalah utama yang dihadapi siswa dalam belajar bahasa Inggris kurang motivasi. Peneliti menemukan bahwa *learning* bisa didapatkan dengan menonton serial drama Korea dan secara umum dapat memediasi pengaruh niat calon penonton serial drama Korea. Sebuah penelitian mahasiswa Universitas Pamulang, adalah mengeksplorasi kemungkinan mengadopsi drama Korea dengan *subtitle* bahasa Inggris sebagai alat bantu mengajar mungkin diperlukan dalam membangun komunitas belajar dalam konteks kelas kosakata Bahasa Inggris. Penelitian ini juga mengkaji pengalaman mahasiswa di Universitas Pamulang yang telah memperkenalkan film Korea dengan *subtitle* Bahasa Inggris sebagai alat peraga.

#### *Entertainment dan Intention of Watching Korean Drama Series*

Penelitian yang telah dikaji melalui pengaruh karakteristik selebriti dan karakteristik audiens tentang kepuasan drama TV di kalangan konsumen muda Malaysia (Ng & Chan, 2020). Penelitian ini menemukan bahwa daya tarik, kredibilitas, komitmen, dan keterhubungan berpengaruh terhadap kepuasan drama TV Korea. Selain itu, kepuasan drama TV Korea ditemukan mempengaruhi minat menonton berulang pada konsumen. Namun, keterlibatan penonton ternyata tidak mempengaruhi kepuasan sinetron. Pemirsa cenderung berinteraksi dengan program kuis, acara *Entertainment*, dan serial televisi daripada serial majalah, dan bahwa semakin banyak orang yang terpapar pada media tertentu, kecuali surat kabar harian, semakin mereka berinteraksi (Ng & Chan, 2020). Kedua peneliti ini menemukan bahwa *entertainment* secara signifikan mempengaruhi *intention of watching Korean drama series*.

#### *Escape dan Intention of Watching Korean Drama Series*

Motivasi utama wisatawan film adalah mencari penghargaan pribadi daripada melarikan diri (*escape*) dari masalah (Bae & Lee, 2004). Peserta yang mengunjungi Korea sebelum mereka mulai menonton drama TV Korea biasanya pergi ke Korea sebagai bagian dari liburan keluarga: beberapa didorong oleh faktor baru mengalami musim yang berbeda (seperti musim gugur atau musim dingin), sebagai perubahan dari iklim. Kedua peneliti ini menemukan bahwa *escape* secara signifikan mempengaruhi niat seseorang menonton serial drama Korea. Menurut Iso Ahola (1983) telah mengusulkan model biner yang menyatakan bahwa orang termotivasi untuk melakukan perjalanan melarikan diri (*escape*) dari lingkungan pribadi atau interpersonal rutin seseorang dan atau untuk mencari penghargaan pribadi atau interpersonal di lingkungan lain salah satunya dengan menonton drama Korea



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

## Hipotesis

H<sub>1</sub> – *Interesting Storyline* akan berpengaruh terhadap *Intention of Watching Korean Drama*.

H<sub>2</sub> – *Sociability* akan berpengaruh terhadap *Intention of Watching Korean Drama Series*.

H<sub>3</sub> – *Learning* akan berpengaruh terhadap *Intention of Watching Korean Drama Series*.

H<sub>4</sub> – *Entertainment* akan berpengaruh terhadap *Intention of Watching Korean Drama Series*.

H<sub>5</sub> – *Escape* akan berpengaruh terhadap *Intention of Watching Korean Drama Series*.

## METODE PENELITIAN

### Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah responden yang menonton drama Korea pada saat pandemi Covid-19. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik menyebarkan kuesioner secara daring kepada responden dengan melalui *google form*. Kriteria sampel yang digunakan adalah responden yang berada di Pulau Jawa dengan kriteria orang-orang yang memiliki ketertarikan dan niat menonton drama Korea selama masa pandemi dengan usia minimal 17 tahun. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 214 responden.

### Definisi Operasional Variabel

#### *Interesting Storyline*

*Interesting storyline* adalah alur kisah cerita yang menarik, drama Korea memiliki alur cerita yang menarik, dimana kisah-kisahnyanya dikemas dalam berbagai genre mulai dari komedi, romantis, *action*, sejarah, sampai kepada kisah yang menyedihkan yang mana kisah-kisah tersebut membuat para informan tertarik dan suka dengan kisah-kisah yang ditayangkan dan selalu membuat informan penasaran disetiap akhir episodenya. Variabel ini diukur dengan empat butir indikator dari penelitian dari (Mitchell-Barrett, 2010) yaitu:

- a. Selama pandemi saya menonton drama Korea dengan alur cerita dimulai dengan pertanyaan kunci.
- b. Selama pandemi saya menonton drama Korea dengan setiap alur cerita menggunakan sejumlah episode kunci.
- c. Selama pandemi saya menonton drama Korea dengan dekorasi (atau tampilan) dibuat untuk menghidupkan alur cerita.
- d. Selama pandemi saya menonton drama Korea dengan alur cerita insiden yang terjadi melibatkan karakter/pemain yang harus merespons dan menyelesaikan masalah.

#### *Sociability*

*Sociability* atau kemasyarakatan adalah menjaga dan menciptakan kelompok sosial melalui interaksi dengan pengguna. Variabel ini diukur dengan empat butir indikator dari penelitian dari Leung dan Xu (2012) yaitu:

- a. Rekan saya merekomendasikan saya untuk menonton drama Korea selama masa pandemic.
- b. Saya dapat berbagi tontonan drama Korea dengan rekan saya selama masa pandemic.
- c. Ada hal yang bisa saya lakukan saat rekan saya berkunjung yaitu menonton drama Korea.
- d. Rekan saya sering membicarakan drama Korea yang mereka tonton kepada saya selama masa pandemic.
- e. Saya dapat menontonnya bersama anggota keluarga yang menyukai drama Korea selama masa pandemic.

### *Learning*

Belajar adalah proses yang mengarah pada perubahan, sebagai hasil dari pengalaman untuk meningkatkan potensi, meningkatkan kinerja, dan pembelajaran di masa depan. Variabel ini diukur dengan empat butir indikator dari penelitian oleh (Leung & Xu, 2012; Zhang et al., 2016) yaitu:

- a. Drama Korea menawarkan cara yang baik untuk saya mempelajari bahasa asing selama masa pandemic.
- b. Drama Korea membantu saya mempelajari banyak hal tentang budaya asing selama masa pandemic.
- c. Drama Korea membuat saya mengetahui perkembangan Fashion saat ini.
- d. Drama Korea membantu saya mempelajari hal-hal mengenai diri saya dan orang lain.

### *Entertainment*

Faktor hiburan adalah segala sesuatu yang dapat menjadi penghibur atau pelipur hati yang susah atau sedih, sebagai menonton serial drama Korea untuk kesenangan, relaksasi, dan juga untuk mengisi waktu luang. Variabel ini diukur dengan empat butir indikator dari penelitian dari Leung dan Xu (2012) yaitu:

- a. Saya menonton drama Korea karena drama Korea menghibur saya selama masa pandemic.
- b. Saya menonton drama Korea karena drama Korea membuat saya rileks selama masa pandemic.
- c. Saya menonton drama Korea karena drama Korea mengizinkan saya untuk bersantai selama masa pandemic.
- d. Saya menonton drama Korea untuk menghabiskan waktu terutama ketika saya bosan selama masa pandemic.
- e. Saya menonton drama Korea untuk mengisi waktu selama masa pandemic.

### *Escape*

*Escape* adalah perilaku penghindaran atau pelarian. Variabel ini diukur dengan empat butir indikator dari penelitian dari Leung dan Xu (2012) yaitu:

- a. Saya menonton drama Korea selama masa pandemi karena drama Korea membantu saya menjelajahi kehidupan yang sesungguhnya.
- b. Saya menonton drama Korea selama masa pandemic karena drama Korea membantu saya memasuki dunia lain.
- c. Saya menonton drama Korea selama masa pandemi karena drama Korea membantu saya memenuhi tujuan pelarian.
- d. Saya menonton drama Korea selama masa pandemi karena drama Korea memfasilitasi penyesuaian dengan kenyataan.
- e. Saya menonton drama Korea selama masa pandemi sehingga saya dapat menjauh dari apa yang sedang saya kerjakan.

### *Intention of Watching Korean Drama Series*

*Intention of watching Korean drama series* adalah suatu intensitas untuk menonton serial drama Korea dalam waktu tertentu. Variabel ini diukur dengan empat butir indikator dari penelitian dari Kim et al., (2007) yaitu;

- a. Saya menonton drama Korea selama pandemi karena budaya Korea memberikan keseragaman dibandingkan dengan negara lain.
- b. Saya menonton drama Korea selama pandemic karena daya tarik tradisi Korea.

- c. Saya menonton drama Korea selama pandemi karena isi dan topik drama berfokus pada kehidupan manusia atau masyarakat.
- d. Saya menonton drama Korea selama pandemikarena drama berpusat pada humanism.
- e. Saya menonton drama Korea selama pandemikarena drama tidak banyak menampilkan komersialisme.

### Penentuan Skor Jawaban Responden

Kuesioner dibuat dalam bentuk pertanyaan dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan. Jawaban dibuat dengan menggunakan skala *likert type* berdasarkan aspek yang diukur untuk setiap variabel. Responden diberi enam alternatif jawaban dengan memiliki yang dianggap paling tepat dan setiap jawaban diberi skor tertinggi dan skor terendah.

#### Skala *Likert Type*

- a. 1 = Sangat Tidak Setuju
- b. 2 = Tidak Setuju
- c. 3 = Sedikit Tidak Setuju
- d. 4 = Sedikit Setuju
- e. 5 = Setuju
- f. 6 = Sangat Setuju

### Analisis Data dengan *Structural Equation Modeling (SEM)*

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* yaitu model persamaan struktural generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik berkaitan ataupun tidak berkaitan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai suatu model teoritis (Minto, 2011). Langkah yang ditempuh dalam pengujian SEM ini adalah:

Uji Kesesuaian dan uji stasistik evaluasi kriteria *Goodness of Fit*:

- a. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)  
Nilai RMSEA  $\leq 0.05$  menandakan *close fit*, sedangkan  $0.05 < \text{RMSEA} \leq 0.08$  menunjukkan *good fit*. Nilai RMSEA antara  $0.08 - 0.10$  menunjukkan *mediocre* (marginal) fit, serta nilai RMSEA  $> 0.10$  menunjukkan *poor fit*.
- b. GFI (*Goodness of Fit Index*)  
Indeks kesesuaian (*fit indexs*) ini akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampai yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi.
- c. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)  
AGFI adalah perluasan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio antara *degree of freedom* dari *null/independence/baseline* model dengan *degree of freedom* dari model yang dihipotesiskan atau diestimasi.
- d. CMIN/DF (*The Minimum Sample Disrepancy Function Devided with degree of Freedom*)  
Perhitungan CMIN/DF yaitu, *statistic chisquare*  $X^2$  dibagi *degree of freedom*-nya sehingga disebut *X<sup>2</sup> relative* (Aspari, 2014).
- e. TLI (*Tucker Lewis Index*)  
Perhitungan TLI yaitu, *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline* model.
- f. CFI (*Comparative Fit Index*)  
Rentang nilai sebesar 0 sampai 1, dimana semakin mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 214 peserta yang terdiri dari 19 orang berusia 17-24 tahun (79%), 33 orang peserta berusia 25-29 tahun (15,4%), 11 orang peserta berusia 30-39 tahun (5,1%), dan satu orang peserta berusia 40-49 tahun (0,5%). Berdasarkan jenis kelamin, peserta terdiri dari 61 orang berjenis kelamin laki-laki (28,5%) dan 153 orang perempuan (71,5%). Berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh oleh peserta, 10 orang peserta menamatkan pendidikan dibawah tingkatan SLTA (4,7%), 118 orang menamatkan pendidikan pada tingkat SLTA (55,1%), 24 orang tamatan Diploma (11,2%), 56 orang tamatan Sarjana (26,2%), dan enam orang tamatan master/Doktor (2,8%). Berdasarkan status pekerjaannya, 135 orang peserta belum bekerja/tidak bekerja (63,1%), 59 orang bekerja (27,6%), 19 orang memiliki usaha sendiri (8,9%), dan satu orang peserta pensiunan (0,5%). Dan berdasarkan status pernikahannya, 172 orang menyatakan belum menikah (80,4%), 35 orang peserta menyatakan telah menikah (16,4%), dua orang bercerai (0,9%), dan lima orang peserta menyatakan pasangannya telah meninggal (2,3%).

**Tabel 1. Jumlah dan Presentase Profil Responden**

		Jumlah	Presentase
<b>Usia</b>	17-24	169	79,0%
	25-29	33	15,4%
	30-39	11	5,1%
	40-49	1	0,5%
	<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	61	28,5%
	Perempuan	153	71,5%
	<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>
<b>Pendidikan Terakhir</b>	<SLTA	10	4,7%
	SLTA	118	55,1%
	Diploma	24	11,2%
	Sarjana	56	26,2%
	Master/Doktor	6	2,8%
	<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>
<b>Status Pekerjaan</b>	Belum bekerja/tidak bekerja	135	63,1%
	Bekerja	59	27,6%
	Memiliki usaha sendiri	19	8,9%
	Pensiunan	1	0,5%
	<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>
<b>Status Pernikahan</b>	Belum menikah	172	80,4%
	Menikah	35	16,4%
	Bercerai/berpisah	2	0,9%
	Pasangan meninggal	5	2,3%
	<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

## Hasil Tes Validitas Dan Reliabilitas

**Tabel 2. EFA dan *cronchbach's alpha* variabel *Interesting Storyline, Sociability, Learning, Entertainment, Escape, dan Intention of Watching.***

Variabel dan Indikator	Factor Loading	Cronbach's Alpha
<b><i>Interesting storyline</i></b>		$\alpha = 0,817$
IS4 Selama pandemi saya menonton drama Korea dengan alur cerita insiden yang terjadi melibatkan karakter/pemain yang harus merespons dan menyelesaikan masalah.	0,836	
IS2 Selama pandemi saya menonton drama Korea dengan setiap alur cerita menggunakan sejumlah episode kunci.	0,822	
IS1 Selama pandemi saya menonton drama Korea dengan alur cerita dimulai dengan pertanyaan kunci.	0,807	
IS3 Selama pandemi saya menonton drama Korea dengan dekorasi (atau tampilan) dibuat untuk menghidupkan alur cerita.	0,757	
<b><i>Sociability 1</i></b>		$\alpha = 0,777$
S5 Saya dapat menontonnya bersama anggota keluarga yang menyukai drama Korea selama masa pandemic.	0,907	
S3 Ada hal yang bisa saya lakukan saat rekan saya berkunjung yaitu menonton drama Korea.	0,839	
S2 Saya dapat berbagi tontonan drama Korea dengan rekan saya selama masa pandemic.	0,659	
<b><i>Sociability 2</i></b>		$\alpha = 0,722$
S1 Rekan saya merekomendasikan saya untuk menonton drama Korea selama masa pandemic.	0,916	
S4 Rekan saya sering membicarakan drama Korea yang mereka tonton kepada saya selama masa pandemic.	0,813	
<b><i>Learning</i></b>		$\alpha = 0,827$
L3 Drama Korea membuat saya mengetahui perkembangan Fashion saat ini.	0,887	
L2 Drama Korea membantu saya mempelajari banyak hal tentang budaya asing selama masa pandemic.	0,834	
L4 Drama Korea membantu saya mempelajari hal-hal mengenai diri saya dan orang lain.	0,809	
L1 Drama Korea menawarkan cara yang baik untuk saya mempelajari bahasa asing selama masa pandemic.	0,725	
<b><i>Entertainment</i></b>		$\alpha = 0,903$
ETT4 Saya menonton drama Korea untuk menghabiskan waktu terutama ketika saya bosan selama masa pandemic.	0,881	
ETT2 Saya menonton drama Korea karena drama Korea membuat saya rileks selama masa pandemic.	0,867	
ETT5 Saya menonton drama Korea untuk mengisi waktu selama masa pandemic.	0,854	
ETT1 Saya menonton drama Korea karena drama Korea menghibur saya selama masa pandemic.	0,825	
ETT3 Saya menonton drama Korea karena drama Korea mengizinkan saya untuk bersantai selama masa pandemic.	0,822	

Variabel dan Indikator	Factor Loading	Cronbach's Alpha
<i>Escape</i>		$\alpha = 0,882$
ECP4 Saya menonton drama Korea selama masa pandemi karena drama Korea memfasilitasi penyesuaian dengan kenyataan.	0,851	
ECP2 Saya menonton drama Korea selama masa pandemic karena drama Korea membantu saya memasuki dunia lain.	0,847	
ECP3 Saya menonton drama Korea selama masa pandemi karena drama Korea membantu saya memenuhi tujuan pelarian.	0,846	
ECP1 Saya menonton drama Korea selama masa pandemi karena drama Korea membantu saya menjelajahi kehidupan yang sesungguhnya.	0,804	
ECP5 Saya menonton drama Korea selama masa pandemi sehingga saya dapat menjauh dari apa yang sedang saya kerjakan.	0,783	
<i>Intention of watching</i>		$\alpha = 0,851$
IOW4 Saya menonton drama Korea selama pandemi karena drama berpusat pada humanism.	0,810	
IOW2 Saya menonton drama Korea selama pandemi karena daya tarik tradisi Korea.	0,805	
IOW3 Saya menonton drama Korea selama pandemi karena isi dan topik drama berfokus pada kehidupan manusia atau masyarakat.	0,800	
IOW5 Saya menonton drama Korea selama pandemi karena drama Korea tidak banyak menampilkan komersialisme.	0,775	
IOW1 Saya menonton drama Korea selama pandemi karena budaya Korea memberikan keseragaman dibandingkan dengan negara lain.	0,774	

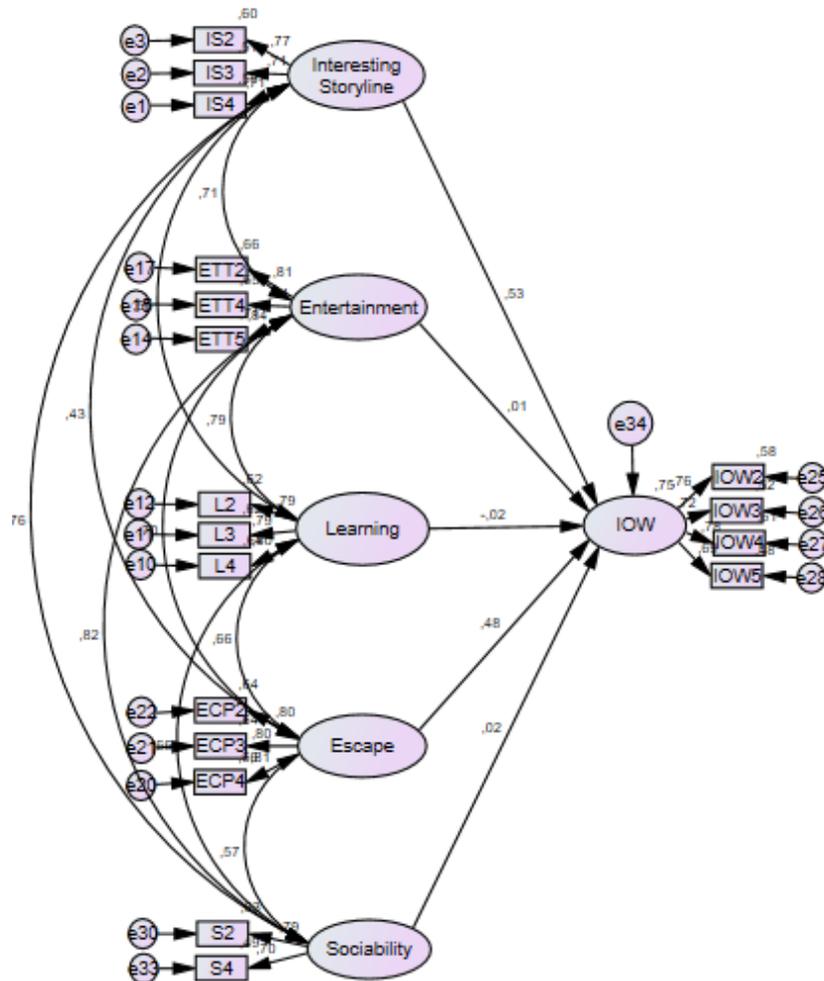
Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa variable *interesting storyline*, *learning*, *entertainment*, *escape*, dan *intention of watching* tidak memiliki dimensi. Sedangkan variable *sociability* memiliki dimensi yakni *sociability1*, dan *sociability2*. *Interesting storyline* memiliki empat indikator, serta *factor loadings* dari mulai 0,757 hingga 0,836. *Sociability1* memiliki tiga indikator, serta *factor loadings* dari mulai 0,659 hingga 0,907. *Sociability2* memiliki dua indikator, serta *factor loadings* dari mulai 0,813 hingga 0,916. *Learning* memiliki empat indikator, serta *factor loadings* dari mulai 0,725 hingga 0,887. *Entertainment* memiliki lima indikator, serta *factor loadings* dari mulai 0,822 hingga 0,881. *Escape* memiliki lima indikator, serta *factor loadings* dari mulai 0,783 hingga 0,851. *Intention of watching* memiliki lima indikator, serta *factor loadings* dari mulai 0,774 hingga 0,810. Dari semua nilai *factor loadings* yang didapat dari setiap variable menunjukkan bahwa semua indikator valid. Variabel *interesting storyline* memiliki nilai *cronchbach's alpha* sebesar  $\alpha = 0,817$ , variabel *sociability1* memiliki nilai *cronchbach's alpha* sebesar  $\alpha = 0,777$ , variabel *sociability2* memiliki nilai *cronchbach's alpha* sebesar  $\alpha = 0,722$ , variabel *learning* memiliki nilai *cronchbach's alpha* sebesar  $\alpha = 0,827$ , variabel *entertainment* memiliki nilai *cronchbach's alpha* sebesar  $\alpha = 0,903$ , variabel *escape* memiliki nilai *cronchbach's alpha* sebesar  $\alpha = 0,882$ , selanjutnya variabel *intention of watching* memiliki nilai *cronchbach's alpha* sebesar  $\alpha = 0,851$ , Dari nilai setiap

*cronchbach's alpha* yang didapat dari setiap variable menunjukkan bahwa semua indikator ini dapat dipercaya.

### Uji Hipotesis

Setelah model dianalisis melalui *confirmatory factor analysis* dan dapat dilihat masing-masing indikator dapat didefinisikan konstruk laten, maka sebuah full model SEM dapat dianalisis. Hasil pengolahan Analysis of Moment Structure (AMOS) seperti pada Gambar 2.



**Gambar 2. Structural Equation Model**

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

**Table 3. Hasil Goodness of Fit Full Model**

<i>Goodness of fit index</i>		<i>Cut of Point</i>	<b>Hasil Analisis</b>
CMIN	Nilai Probabilitas	$\geq 0,05$	0,001
	Nilai CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,440
RMSEA	Nilai RMSEA	$\leq 0,08$	0,045
GFI/AGFI	Nilai GFI	$\geq 0,90$	0,918
	Nilai AGFI	$\geq 0,90$	0,884
<i>Baseline Comparisson</i>	Nilai TLI	$\geq 0,95$	0,967
	Nilai CFI	$\geq 0,95$	0,974

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

Tabel 3 menunjukkan nilai P sebesar  $0,001 \leq 0,05$ , dan hasil CMIN/DF sebesar  $1,440 \leq 2,00$  maka dapat disimpulkan bahwa *goodness of fit* memperoleh hasil yang baik. Hasil RMSEA sebesar  $0,045 \leq 0,08$  maka dapat disimpulkan bahwa *goodness of fit* memperoleh hasil yang baik. Hasil GFI sebesar  $0,918 \geq 0,90$  dan AGFI sebesar  $0,884 \geq 0,90$  maka dapat disimpulkan bahwa *goodness of fit* memperoleh hasil yang baik. Hasil nilai TLI sebesar  $0,967 \geq 0,95$ , dan CFI sebesar  $0,974 \geq 0,95$ , maka dapat disimpulkan bahwa *goodness of fit* memperoleh hasil yang baik. Hasil pengujian terhadap kriteria *goodness of fit* menunjukkan bahwa seluruh kriteria *goodness of fit* yakni Probabilitas, CMIN/DF, RSMEA, GFI, AGFI, TLI dan CFI diterima dengan baik berdasarkan uji *goodness of fit*.

Hasil pengujian nilai signifikan dari estimasi parameter *standardized loading* pada tabel berikut.

**Tabel 4. Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Variabel Terikat	Arah Pengaruh	Variable Bebas	C.R.	P	HASIL
H <sub>1</sub>	IOW	←	<i>Interesting_Storyline</i>	3,948	***	Diterima
H <sub>2</sub>	IOW	←	<i>Sociability</i>	0,106	0,915	Ditolak
H <sub>3</sub>	IOW	←	<i>Learning</i>	-0,159	0,874	Ditolak
H <sub>4</sub>	IOW	←	<i>Entertainment</i>	0,071	0,943	Ditolak
H <sub>5</sub>	IOW	←	<i>Escape</i>	4,684	***	Diterima

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

Tabel 4 menunjukkan bahwa uji hipotesis *interesting storyline* terhadap *intention of watching* diterima hal ini dikarenakan nilai P  $0,000 < 0,05$ . Uji hipotesis *sociability* terhadap *intention of watching* ditolak hal ini dikarenakan nilai P  $0,915 > 0,05$ . Uji hipotesis *learning* terhadap *intention of watching* ditolak hal ini dikarenakan nilai P  $0,874 > 0,05$ . Uji hipotesis *entertainment* terhadap *intention of watching* ditolak hal ini dikarenakan nilai P  $0,943 > 0,05$ . Uji hipotesis *escape* terhadap *intention of watching* diterima hal ini dikarenakan nilai P  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan pengujian pada tabel 4 didapatkan kesimpulan seperti berikut:

#### ***Interesting Storyline Mempengaruhi Intention of Watching***

Hipotesis 1 yang menyatakan *interesting storyline* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention of watching* sehingga diterima. Hasil pengujian ini menunjukkan nilai signifikansi P  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa model yang digunakan untuk penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi *intention of watching* adalah faktor *interesting storyline*. Hipotesis ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Hapsari dan Ritohardoyo (2013) yang menguji mengenai faktor yang mempengaruhi seseorang menonton drama Korea. Salah satu hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah *intention of watching* terhadap *interesting storyline*. Para peneliti ini membuktikan bahwa faktor cerita yang menarik mempengaruhi seseorang dalam menonton drama Korea. Jadi, semakin bagus alur cerita dan citra pemain drama Korea, maka semakin naik niat seseorang untuk menonton drama Korea tersebut.

#### ***Entertainment Tidak Mempengaruhi Intention of Watching***

Hipotesis 2 yang menyatakan *entertainment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention of watching* sehingga ditolak. Hasil pengujian ini menunjukkan hasil signifikansi P  $0,943 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa faktor *entertainment* bukan faktor yang mempengaruhi *intention of watching*. Hipotesis ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ng dan Chan (2020), penelitian ini mengkaji pengaruh karakteristik selebriti dan karakteristik audiens

tentang kepuasan drama TV di kalangan konsumen muda Malaysia. Salah satu hipotesis yang di uji dalam penelitian ini adalah pengaruh *entertainment* terhadap *intention of watching*. Para peneliti membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara faktor *entertainment* terhadap niat menonton drama Korea.

#### ***Learning Tidak Mempengaruhi Intention of Watching***

Hipotesis 3 yang menyatakan *learning* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention of watching* sehingga ditolak. Hasil pengujian ini menunjukkan hasil signifikansi  $P 0,874 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa faktor *learning* bukan faktor yang mempengaruhi *intention of watching*. Hipotesis ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mahmud (2020), penelitian ini mengkaji bahwa terdapat beberapa faktor dalam pembelajaran kosa kata. Salah satu hipotesis yang di uji dalam penelitian ini adalah pengaruh *learning* terhadap *intention of watching*. Para peneliti membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara faktor belajar terhadap niat menonton drama Korea.

#### ***Escape Mempengaruhi Intention of Watching***

Hipotesis 4 yang menyatakan *escape* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention of watching* sehingga diterima. Hasil pengujian ini menunjukkan nilai signifikansi  $P 0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa model yang digunakan untuk penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi *intention of watching* adalah faktor *escape*. Hipotesis ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Chan (2007) yang menguji mengenai faktor yang mempengaruhi seseorang menonton drama Korea. Salah satu hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah *escape* terhadap *intention of watching*. Peneliti ini membuktikan bahwa faktor melarikan diri mempengaruhi seseorang dalam menonton drama Korea. Jadi, orang termotivasi untuk melakukan perjalanan melarikan diri (*escape*) dari lingkungan pribadi atau interpersonal rutin seseorang dan atau untuk mencari penghargaan pribadi atau interpersonal di lingkungan lain salah satunya dengan menonton drama Korea.

#### ***Sociability Tidak Mempengaruhi Intention of Watching***

Hipotesis 5 yang menyatakan *sociability* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention of watching* sehingga ditolak. Hasil pengujian ini menunjukkan hasil signifikansi  $P 0,915 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa faktor *sociability* bukan faktor yang mempengaruhi *intention of watching*. Hipotesis ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Hijrana (2017) Salah satu hipotesis yang di uji dalam penelitian ini adalah pengaruh *sociability* terhadap *intention of watching*. Para peneliti membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara kemampuan sosial terhadap niat menonton drama Korea.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *interesting storyline*, *entertainment*, *learning*, *escape*, dan *sociability* terhadap *intention of watching* pada drama Korea. Kelima variable tersebut diduga memiliki hubungan positif. Ternyata setelah dilakukan analisis tidak semua variabel memiliki hubungan positif. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dari penelitian ini *interesting storyline* dapat mempengaruhi *intention of watching* secara positif dan signifikan yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat *interesting storyline* mengakibatkan semakin tinggi pula *intention of watching* drama Korea. Pada variabel *escape* juga dapat mempengaruhi *intention of watching* secara positif dan signifikan yang artinya bahwa semakin tinggi *escape* mengakibatkan semakin tinggi pula *intention of watching*.

Sedangkan untuk uji variabel lainnya, yaitu *entertainment*, *learning*, dan *sociability* tidak dapat mempengaruhi *intention of watching* secara positif dan signifikan yang artinya bahwa *entertainment*, *learning*, dan *sociability* memiliki pengaruh yang rendah terhadap *intention of watching*.

### **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki banyak kelemahan diantaranya adalah adanya keterbatasan pada penulis yang meliputi variabel yang digunakan belum mewakili semua faktor-faktor yang mempengaruhi *intention of watching* drama Korea, dan masih sedikit penelitian terdahulu yang menggunakan variabel yang sama.

### **Saran untuk Penelitian Mendatang**

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada pada penelitian ini segi model struktural yang digunakan, model ini sudah baik meskipun ada kekurangan dilihat dari uji *confirmatory* dan marginal dalam *goodness of fit* nya, kekurangan ini terletak pada variabel *entertainment*, *learning*, dan *sociability* yang tidak ada hubungan dengan *intention of watching* dalam penelitian terhadap drama Korea. Selain itu, untuk kedepannya penelitian yang berhubungan dengan topik *intention of watching* perlu dipertimbangkan kembali untuk tidak hanya menggunakan lima variabel saja yang dapat memengaruhi *intention of watching*. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel "*recommendation*" yang menunjukkan bahwa seseorang berniat untuk menonton drama Korea, karena mendapat rekomendasi dari orang lain sehingga ini menjadi salah satu faktor untuk mempengaruhi *intention of watching*. Oleh karena minimnya penelitian terdahulu pada variabel yang digunakan, dengan ini kami yakin akan menjadi sumber pendukung untuk penelitian mendatang dan akan mendapatkan hasil terbaik jika pemenuh penelitian mendatang menggunakan variabel ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ambrose, S. A., Bridges, M. W., DiPietro, M., Lovett, M. C., & Norman, M. K. (2010). *How learning works: Seven research-based principles for smart teaching* (R. E. Mayer (ed.); 1st ed.). New York, United States: Jossey-Bass.
- Ardia, V. (2014). Drama Korea dan budaya populer. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 1–10.
- Aspari, T. palupi. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dalam memilih provider telekomunikasi. *J Statistika: Jurnal Ilmiah Teori Dan Aplikasi Statistika*, 6(1), 27–36.
- Bae, H. S., & Lee, B. (2004). Audience involvement and its antecedents: An analysis of the electronic bulletin board messages about an entertainment-education drama on divorce in Korea. *Asian Journal of Communication*, 14(1), 6–21.
- Briandana, R. (2013). Intercultural response to korean drama series on part of university students in Indonesia. *Universiti Sains Malaysia Institutional Repository*, 1(1), 1–13.
- Chan, B. (2007). Film-induced tourism in Asia: A case study of Korean television drama and female viewers' motivation to visit Korea. *Tourism, Culture and Communication*, 7(3), 207–224.
- Han, C. M., Chen, X., & Rhee, S. (2011). The Korean wave in China and perceived images of Korean brands: Korean wave advertising vs. country-of-origin effects. *Korean Management Review*, 40(4), 1055–1074.
- Hapsari, A., & Ritohardoyo, S. (2013). Consumer escape: A conceptual framework. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hatch, E., & Brown, C. (1995). *Vocabulary, semantics, and language education*. New York: Eric.

- Herpina, & Amri, A. (2017). Dampak Ketergantungan Menonton Drama Korea terhadap Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(2), 1–13.
- Hijrana. (2017). Hubungan frekuensi menonton drama Korea dengan perilaku mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. *Repository UIN Alauddin*, 1(1), 1–121.
- Ho, C. H. C. H. H. (2013). *The analysis of the effects of love values in korean dramas on taiwanese viewers--from the perspective of business*. 1(384), 1–68.
- Islamiyati, A. N., Kusuma, R. S., & Kom, M. I. (2017). Drama Korea dan khalayak penerimaan perempuan Indonesia terhadap budaya dan sosok laki-laki yang ditampilkan dalam tayangan drama Korea. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1(1), 1–25.
- Iso Ahola, S. E. (1983). Towards a social psychology of recreational travel. *Leisure Studies*, 2(1), 45–56.
- Jiang, Q., & Leung, L. (2012). Lifestyles, gratifications sought, and narrative appeal: American and Korean TV drama viewing among Internet users in urban China. *International Communication Gazette*, 74(2), 159–180.
- Jung, E.-Y. (2009). Transnational Korea: A critical assessment of the Korean wave in Asia and the United States. *Southeast Review of Asian Studies*, 31(1), 1–12.
- Kim, S.-S., & Kim, M.-J. (2009). Effect of Hallyu cultural products in Thai society on enhancement of Korean national image and intention to visit. *Korean Journal of Tourism Research*, 23(4), 101–125.
- Kim, S. (2012). The relationships of on-site film-tourism experiences, satisfaction, and behavioral intentions: The case of Asian audience's responses to a Korean historical TV drama. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(5), 472–484.
- Leung, C.-Y., & Xu, J. (2012). Theorizing social capital in entrepreneurship an empirical study in the Pearl River Delta, China. *Chinese Studies*, 1(03), 9–17.
- Locher, M. A. (2020). Moments of relational work in English fan translations of Korean TV drama. *Journal of Pragmatics*, 170(1), 139–155.
- Mahmud, L. H. (2020). *Lexeme : Journal of linguistics and applied linguistics building learning communities in terms of improving english vocabulary through Korean Drama*. 2(1), 85–95.
- Minto, W. (2011). Panduan dan aplikasi structural equation modelling (untuk aplikasi model dalam penelitian teknik industri, psikologi, sosial, dan manajemen) (Vol. 1). Jakarta: Indeks.
- Ng, T. M., & Chan, C. S. (2020). Investigating film-induced tourism potential: The influence of Korean TV dramas on Hong Kong young adults. *Asian Geographer*, 37(1), 53–73.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan fanatisme pada remaja Korean wave. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 1–7.
- Putri, D., Herieningsih, S. W., & Pradekso, T. (2018). Hubungan intensitas menonton tayangan drama seri Korea di televisi dan motif menonton tayangan drama seri Korea di televisi dengan perilaku berpakaian remaja. *Interaksi Online*, 1(3), 1–8.
- Rubin, R. B., Rubin, A. M., Graham, E. E., Perse, E. M., & Seibold, D. (2010). *Communication research measures II: A sourcebook* (1st ed.). New York: Routledge.
- Yu, P., & Zhang, H. (2020). Does travel really enhance destination-country image? Understanding tourists' changes in perception toward a destination country. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10), 1–12.
- Zhang, H., Xu, F., Leung, H. H., & Cai, L. A. (2016). The influence of destination-country image on prospective tourists' visit intention: Testing three competing models. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(7), 811–835.