

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI REMAJA DEPOK TERHADAP DEMAM KOREA PADA PEMBELIAN PERNAK-PERNIK KOREA

¹*Lailla Mardianti Komara Sari*

²*Amanda Dwiluthfia Joanna*

³*Ayu Mei Lestari*

*Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
Jalan Margonda Raya No. 100, Depok, 16424*

¹*lailla_illa@student.gunadarma.ac.id*

²*amandadj@student.gunadarma.ac.id*

³*yumei@student.gunadarma.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis pengaruh persepsi remaja Depok terhadap demam Korea pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan menggunakan kuesioner. Kuesioner disebar kepada remaja yang ada di Depok yang mengetahui mengenai demam Korea. Dari kuesioner yang disebar nantinya akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi remaja terhadap demam Korea berpengaruh positif pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea.

Kata kunci: *demam korea, perilaku konsumsi, persepsi.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini yang semakin pesat seakan memaksa semua orang untuk mengikutinya. Tidak dapat dipungkiri bahwa internet dan televisi merupakan media massa yang sangat berpengaruh dalam penyebaran informasi. Berbagai macam hal dapat disebarkan dengan mudah tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Adanya globalisasi mempermudah masuknya budaya asing ke Indonesia tanpa adanya penyaringan. Budaya asing yang masuk ke Indonesia bukan hanya didominasi oleh budaya Barat, tetapi juga budaya Asia. Selain Jepang, kini negara yang terkenal sebagai Negeri Ginseng, yaitu Korea Selatan juga ikut mengeksport budaya ke Indonesia melalui sejumlah tayangan hiburan.

Fenomena budaya Korea melanda Indonesia sejak 10 tahun terakhir yang dilatarbelakangi oleh Piala Dunia yang diadakan di Korea-Jepang tahun 2002. Korea yang berhasil masuk dalam empat besar dunia mempersohor nama Korea. Tahun 2002 menjadi awal masuknya budaya Korea ke Indonesia terlihat dari banyaknya stasiun televisi swasta yang menayangkan film, drama seri, dan musik Korea.

Budaya Korea atau yang lebih dikenal dengan demam Korea berhasil mempengaruhi kehidupan masyarakat Indonesia. Lewat demam Korea banyak orang yang berusaha untuk mempelajari bahasa maupun kebudayaan Korea. Demam Korea dapat berbentuk film, drama, musik, mode maupun produk industri Korea (Sari, 2011). Hal ini lah yang disadari pemerintah Korea, bahwa dengan merebaknya demam Korea akan membuka jalan untuk kemajuan per-

ekonomian Korea. Masuknya demam Korea ke Indonesia membuat masyarakat menggandrungi tayangan Korea, belum lagi pakaian atau produk-produk yang digunakan artis Korea, serta desain interior yang tercermin pada film, drama maupun video klip musik Korea.

Depok, sebagai salah satu kota di Indonesia, pun tidak luput dari pengaruh demam Korea. Jika diperhatikan, sepanjang jalan dan pusat perbelanjaan dapat dengan mudah ditemui pengaruh demam Korea. Masyarakat di Depok banyak yang telah mengadopsi budaya Korea dalam kesehariannya, terutama di kalangan remaja. Kalangan remaja adalah kalangan yang dominan di Indonesia, ada sekitar 40% dari seluruh populasi masyarakat Indonesia (BPS, 2011). Oleh karena itu, kalangan remaja dapat mempengaruhi segmentasi pasar saat ini.

Kalangan remaja memiliki ambisi dan sifat keingintahuan yang tinggi serta tantangan untuk melakukan hal baru. Salah satunya dengan adanya perpaduan antara pola kehidupan Barat yang lebih mengedepankan kehidupan bebas dan terbuka membuat budaya khas Asia tidak berubah melainkan terjadinya perkawinan antar budaya itu. Sehingga hasilnya lahirlah berbagai bentuk budaya baru yang khas di kalangan kawula muda Asia yang biasa disebut dengan Budaya Populer Asia (Andriani, 2009).

Hal ini menciptakan suatu pasar baru sesuai dengan tren remaja yang sedang diminati saat ini. Begitu juga demam Korea, melalui media internet maupun televisi, demam Korea mempengaruhi remaja di Depok untuk menciptakan tren baru. Berdasarkan uraian yang dipaparkan di atas maka dilakukan penelitian mengenai pengaruh persepsi remaja Depok terhadap demam Korea pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea. Tujuan penelitian ini adalah

untuk melihat pengaruh persepsi remaja Depok terhadap demam Korea pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea. Dengan demikian, para pelaku bisnis di Indonesia dapat mempelajari dan menerapkan strategi pemasaran tersebut untuk memengaruhi persepsi remaja di Depok.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah remaja di kota Depok yang mengenal demam Korea. Dari populasi yang ada, akan diambil jumlah tertentu yang nantinya akan menjadi sampel. Dimana teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria yang telah ditetapkan untuk menentukan sampel. Kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti adalah responden yang tinggal di Depok, remaja yang berusia 14 – 17 tahun dan mengenal demam Korea. Sampel yang diambil adalah yang ditemui di lapangan tanpa ada perencanaan pertemuan terlebih dahulu. Pengumpulan data dilakukan dengan cara survai di lokasi penelitian dengan menyebarkan kuesioner.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua jenis. Pertama, Variabel terikat (*dependen*) yaitu perilaku pembelian pernak-pernik Korea dan yang kedua, variabel tak terikat (*independen*) yaitu persepsi remaja terhadap film/drama seri Korea, persepsi remaja terhadap musik Korea, dan persepsi remaja terhadap mode Korea.

Metode Analisis Data

Metode penulisan ini menggunakan analisis kuantitatif dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Ada lima tahapan dalam analisis kuantitatif, yang pertama analisis uji deskriptif untuk mendeskripsikan variabel dalam penelitian. Kedua, analisis uji validitas untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Yang ketiga, uji reliabilitas yang digunakan untuk mengukur kehandalan terhadap pertanyaan yang ada di dalam kuesioner. Sedangkan yang keempat adalah uji asumsi klasik yang diperlukan sebelum melakukan analisis regresi berganda agar data dari sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Yang terakhir adalah pengolahan data yang menggunakan analisis regresi linier berganda yang nantinya dapat mengetahui variabel independen mana yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya (Janie, 2012). Persamaan yang digunakan yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku pembelian pernak-pernik Korea

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien faktor

X_1 = Persepsi remaja terhadap film/Drama Seri Korea

X_2 = Persepsi remaja terhadap musik Korea

X_3 = Persepsi remaja terhadap mode Korea

e = error

Dari hasil analisis regresi yang diperoleh, dapat diketahui apakah koefisien regresi yang ada mempunyai pengaruh yang positif atau tidak, baik secara simultan atau parsial dan mengetahui seberapa besar pengaruhnya. Uji regresi mencakup tiga peng-

ujian yaitu, uji hipotesis simultan (Uji F), uji hipotesis parsial (Uji t), dan uji koefisien determinasi (R^2). Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006). Sedangkan uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Yang terakhir, Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. terdapat pengaruh persepsi remaja Depok terhadap Film/Drama Seri Korea pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea
2. terdapat pengaruh persepsi remaja Depok terhadap Musik Seri Korea pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea
3. terdapat pengaruh persepsi remaja Depok terhadap Mode Seri Korea pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea

PEMBAHASAN

Dalam menganalisis pengaruh persepsi remaja Depok terhadap demam Korea pada pembelian pernak-pernik Korea, penelitian ini menyebarkan 60 kuesioner yang terdiri dari 35 pertanyaan, diantaranya 20 pertanyaan mengenai persepsi remaja terhadap demam Korea dan 15 pertanyaan mengenai perilaku pembelian pernak-pernik Korea. Berdasarkan responden yang telah mengisi kuesioner diketahui bahwa persentase responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki yaitu sebesar

55%:45%. Sedangkan berdasarkan usia diketahui bahwa rata-rata usia responden berusia remaja adalah 15.45 tahun. Responden remaja terbanyak berusia 15 tahun atau sebanyak 40% dari seluruh jumlah responden. Sedangkan responden paling sedikit adalah remaja yang berumur 14 tahun dengan presentase sebesar 17%.

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square pada model sebagaimana dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Koefisien Determinasi

Model	R Square
1	0.583

Dari hasil pengujian hipotesis di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini mampu menerangkan 58.3% variasi perilaku pembelian pernak-pernik Korea, sedangkan sisanya sebesar 41.7% menjelaskan variabel-variabel lain diluar model penelitian yang mempengaruhi perilaku pembelian pernak-pernik Korea. Selanjutnya hasil pengujian analisis linier yang diperoleh dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.
Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
	B	Beta
1 (Constant)	2.691	
Film/Drama Seri (X ₁)	1.273	0.466
Musik (X ₂)	1.463	0.587
Mode (X ₃)	-0.426	-0.204

Berdasarkan hasil yang pengolahan data analisis regresi linier berganda pada tabel di atas dapat dibentuk persamaannya, yaitu:

$$Y = 2.691 + 0.466 X_1 + 0.587 X_2 - 0.204 X_3 + e$$

Pada persamaan regresi linier berganda tersebut, ketika ketiga variabel independen diuji secara individual,

hasilnya menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya dalam perilaku pembelian pernak-pernik Korea adalah persepsi Remaja terhadap musik Korea dengan koefisien 0.587, yang memiliki arti bahwa setiap penambahan 1 persepsi remaja terhadap musik Korea akan berpengaruh dalam perilaku pembelian pernak-pernik Korea sebanyak 0.587. Selanjutnya, variabel yang memiliki pengaruh cukup besar dalam mempengaruhi perilaku pembelian pernak-pernik Korea adalah persepsi remaja terhadap film/drama seri Korea dengan koefisien 0.466, yang memiliki arti bahwa setiap penambahan 1 persepsi remaja terhadap film/drama seri Korea akan berpengaruh dalam perilaku pembelian pernak-pernik Korea sebanyak 0.466. Sedangkan variabel persepsi remaja terhadap mode Korea berpengaruh negatif pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea dengan koefisien sebesar -0.204, yang memiliki arti bahwa setiap penambahan 1 persepsi remaja terhadap musik Korea tidak akan berpengaruh dalam perilaku pembelian Pernak-pernik Korea sebanyak -0.204.

Salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi remaja terhadap demam Korea saat ini adalah faktor globalisasi, dimana perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga tidak ada batas ruang dan waktu untuk saling bertukar informasi. Musik Korea ternyata berpengaruh besar pada persepsi remaja dikarenakan mudahnya musik Korea masuk ke dalam negeri. Salah satu contohnya makin maraknya grup vokal baik laki-laki maupun perempuan yang masuk ke industri musik Indonesia dengan membawa suatu ciri khas yang baru. Selain itu, karakteristik musik Korea yang enak untuk didengar dan berkualitas mendorong banyak remaja di Indonesia yang menyukai musik Korea bahkan mere-

fleksikan musik dan gayanya. Hal ini dibuktikan dengan bermunculannya grup vokal baru baik laki-laki maupun perempuan dari industri musik tanah air yang mengusung jenis dan aliran musik yang serupa. Dengan banyaknya remaja yang menyukai musik Korea maka mendorong mereka untuk membeli CD/DVD musik Korea. Selain itu remaja juga menantikan menonton langsung konser musik Korea sesuai dengan idolanya masing-masing.

Film/drama seri Korea juga memiliki pengaruh yang cukup besar pada persepsi remaja karena pelaku industri film/drama seri Korea mengemas produk mereka dengan ciri khasnya tersendiri. Cerita dalam film/drama seri Korea yang menarik, unik, serta bervariasi membuat remaja Depok tertarik untuk menyaksikan dan mengikuti cerita dalam film/drama seri tersebut hingga selesai. Bahkan keunikannya mampu membuat penikmatnya penasaran dengan film-film selanjutnya. Aktor dan Aktris dalam film maupun drama seri Korea juga menarik perhatian remaja di Depok, selain itu latar filmnya sangat menggambarkan kehidupan di Korea. Hal ini menjadi nilai positif bagi film/drama Korea, sehingga menumbuhkan minat remaja dalam membeli CD/DVD film dan drama Korea.

Terakhir adalah persepsi remaja terhadap mode Korea yang ternyata berpengaruh negatif terhadap perilaku pembelian pernak-pernik ala Korea. Pengaruh negatif ini tidak berarti bahwa remaja di Depok tidak menyukai mode yang di usung dari negeri ginseng ini. Terbenturnya kultur dan perbedaan iklim mungkin menjadi salah satu penyebab tidak berpengaruhnya persepsi mode kedalam perilaku pembelian. Sebagai contoh, perbedaan iklim dimana pada saat musim dingin pakaian yang digunakan disana didesain dengan tebal agar dapat menghangatkan tubuh. Ber-

beda dengan iklim tropis di tanah air yang kurang memungkinkan untuk mengenakan pakaian tersebut, sekalipun di Indonesia sedang mengalami musim hujan dan suhu cukup dingin. Selain itu, Daya beli yang dimiliki remaja dan kontribusi orang tua dalam perilaku pembelian yang dilakukan oleh remaja juga kurang mendukung.

SIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan analisis serta interpretasi data pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik suatu simpulan. Secara keseluruhan persepsi remaja terhadap demam Korea berpengaruh positif pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea. Namun jika dilihat secara individual, hanya persepsi remaja terhadap film/drama seri dan musik yang memberikan pengaruh positif, hal ini dikarenakan kualitas film/drama seri dan musik Korea menarik dan mampu menumbuhkan persepsi yang baik terhadap perilaku pembelian pernak-pernik Korea. Oleh karena itu, remaja di Depok terdorong untuk membeli pernak-pernik yang berhubungan dengan Korea. Dengan demikian para pelaku bisnis dapat melakukan promosi produknya melalui film dan musik yang dapat memengaruhi persepsi remaja Depok dalam melakukan pembelian produk tersebut.

Sedangkan persepsi terhadap mode Korea memberikan pengaruh yang negatif pada perilaku pembelian pernak-pernik Korea. Hal ini mungkin dikarenakan rendahnya daya beli usia remaja, kontribusi orang tua dalam perilaku pembelian yang dilakukan oleh remaja, serta letak geografis (iklim) yang berbeda. Selain itu, di Depok juga memiliki aturan sekolah dan norma yang terdapat di lingkungan masyarakat yang kurang sesuai dengan mode Korea

yang membatasi remaja dalam mengekspresikan gaya mereka.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian lanjutan adalah untuk melakukan penelitian secara lebih luas tidak hanya di Kota Depok namun juga kota-kota besar lainnya. Selain itu juga memperluas variabel-variabel yang mungkin dapat mempengaruhi, guna meragamkan penelitian dan makin menunjukkan keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Natasya. 2009. *Analisis Isi Serial Korea Yang Ditayangkan Di Televisi Swasta Di Indonesia Tentang Muatan Budaya Korea Yang Terkandung Di Dalamnya*. Universitas Sumatera Utara, Sumatera Utara.
- Fuad, Muhammad. 2009. *Store Atmosphere Dan Perilaku Pembelian Konsumen Di Toko Buku Gramedia Malang*. Universitas Gajayana, Malang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Tiga*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jamilah, Yuliyati. 2011. *Televisi Dan Budaya Populer (Studi Korelasional Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Asia (Korea) Di Indosiar Terhadap Perilaku Budaya Populer Di Kalangan Siswa/I SMAN 1 Medan)*. Universitas Sumatera Utara, Sumatera Utara.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS*. Semarang University Press, Semarang.
- Kanuk, Lilian, dan John Schiffman. 2000. *Consumer Behavior, Eight Edition*. McGraw-Hill, United State.
- Kotler, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran, Perspektif Asia*. Yogyakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Sari, Wulan Zaty. 2011. *Budaya Pop dan Gaya Hidup (Studi Kasus Korea Lovers di Makassar)*. Universitas Hasanuddin: Makassar.
- Schiffman and Lazar Kanuk. 2000. *Costumer behaviour, Internasional Edition*. Prentice Hall.
- Tambunan, Tulus T.H. 2001. *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Ghalia Indonesia, Jakarta.