

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Media Baru (*New Media*)

Kedatangan media baru biasa dikenal dengan *new media* adalah istilah yang dipakai untuk berbagai macam teknologi komunikasi dengan bentuk digitalisasi modern yang telah dimodifikasi dan kehadirannya yang luas dalam hal pemakaian pribadi untuk alat komunikasi (McQuail, 2011:148). Munculnya media baru didapatkan dari segala model perubahan milik media lama yang kurang dapat digunakan lagi dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi di zaman modern. Seperti yang diketahui bahwa beberapa media lama seperti majalah, buku dan televisi. Adanya media baru tidak serta merta membuat media lama mati begitu saja, melainkan hal ini dapat bertahap untuk menjadi bentuk media yang baru. *New Media* dapat didefinisikan sebagai suatu media baru dan memfokuskan isi format melalui kombinasi dan kesatuan data, baik menggunakan pilihan kata atau teks, gambar, suara dan format digital lainnya yang diperlukan. Sistem penyebaran media baru melalui jaringan internet, penggunaan jaringan internet memudahkan para pengguna untuk mengakses segala bentuk terbaru yang diperlukan dari media komunikasi. Media baru atau *New Media* mencakup aspek penting bagi para penggunanya yaitu pertama, memberikan hiburan, emosional, dan terbentuknya pola konsumsi media untuk masyarakat. Kedua, *new media* adalah cara baru yang bisa mempresentasikan bagaimana informasi terkini di seluruh dunia. Ketiga, yaitu membangun hubungan

antara pengguna dengan media baru agar terbiasa dengan cara kerja teknologi. Keempat, memberi pengalaman yang dapat diterima dari gambaran baru seseorang, identitas, dan komunitas yang dibentuk oleh perkembangan teknologi. Kelima, aspek tersebut masuk ke dalam konsep yang terjadi pada hubungan biologis tubuh dengan media teknologi. Serta yang terakhir, aspek tersebut meliputi kebudayaan seperti media, industri, akses, ekonomi, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

Dalam penelitian ini, *new media* yang dimaksud yaitu *Vidio*. *Vidio* merupakan salah satu bentuk media baru yang bergerak dalam bidang media *streaming*. Aplikasi ini adalah layanan streaming legal yang menjadi wadah bagi orang-orang untuk menonton film maupun series dengan berbagai macam *genre* yang berasal dari berbagai jenis negara. Dilengkapi dengan *subtitle* semua bahasa yang bisa dipilih agar para penonton dapat menikmati film dengan nyaman. *Vidio* dapat diakses melalui *website* atau dapat diunduh melalui *smartphone*, dan laptop.

## **2.2 Terpaan Media**

Terpaan media adalah intensitas pada kondisi keadaan masyarakat, dimana mereka terkena efek pesan-pesan melalui penyebaran yang disebabkan oleh teknologi media yang semakin maju. Menurut Ardianto (2014:168), terpaan didefinisikan melalui kegiatan seperti melihat, mendengar, serta membaca pesan dari media. Tentunya pengalaman dan perhatian yang mereka dapatkan melalui penyampaian pesan yang terjadi dalam individu maupun kelompok. Ada beberapa hal mengenai penjelasan untuk mengukur terpaan media, yaitu:

1. Frekuensi

Frekuensi berkaitan dengan kumpulan data masyarakat tentang menonton jenis tayangan seperti drama Korea melalui aplikasi legal seperti Netflix dan Viu, mendengarkan radio, menonton televisi, atau membaca sebuah berita di media cetak. Lalu termasuk dalam berita yang disiarkan setiap hari, minggu, bulan, atau tahunan. Jika program tersebut disiarkan setiap minggu, maka data yang harus dikumpulkan yaitu berapa kali para penonton untuk menonton sebuah tayangan drama Korea dalam seminggu.

## 2. Metode Penyajian

Diketahui bahwa fungsi paling utama tayangan adalah untuk menghibur penonton, lalu dapat memberi kumpulan informasi. Dilengkapi dan dikemas secara informatif, selain acara berita biasanya dalam bentuk lain seperti wawancara, diskusi, obrolan seru lainnya.

## 3. Durasi

Durasi dilakukan melalui pengukuran penggunaan media pada khalayak dengan menghitung durasi lamanya menggunakan suatu media (berapa jam sehari) atau berapa menit waktu yang diluangkan oleh khalayak dalam penggunaan media.

## 4. Atensi

Membangun hubungan antara khalayak dengan isi media yang digunakan merupakan pengertian dari atensi. Perhatian merupakan proses mental dalam diri seseorang, ketika rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam keadaan sadar pada saat stimuli yang lain melemah (Rakhmat, 2005).

Perhatian dapat terjadi apabila orang dapat berkonsentrasi penuh pada satu alat indra dan mereka secara tidak sadar mengesampingkan rangsangan yang masuk dari alat indra lainnya .

### **2.3 Keputusan**

Keputusan digunakan untuk menentukan pilihan sebagai proses pengambilan keputusan di dalam diri seseorang sangatlah penting untuk diperhatikan, terlebih mengenai keputusan untuk menentukan pilihan dalam menentukan profesi yang nantinya dipilih sebagai jenjang berikutnya setelah menempuh pendidikan kuliah.

Keputusan memiliki definisi kata pilihan, yaitu memilih antara beberapa opsi kemungkinan (Salusu, 1996: 51). Beberapa pengambilan keputusan dapat terjadi pada situasi dimana seseorang menciptakan gambaran di masa depan, memilih antara 1 atau 2 pilihan bisa lebih, dan memperkirakan jumlah kejadian menurut petunjuk yang terbatas.

### **2.4 Public Relations**

Praktisi Public Relations di Negara Indonesia sendiri telah ada mulai dari tahun 1950-an, Belanda memberikan pengakuan untuk kedaulatan Indonesia yang terjadi pada 28 desember 1949 dengan nama lain yaitu humas atau hubungan masyarakat. Dalam perkembangan humas di Indonesia, mereka mulai bergerak bersama kondisi politik dan kenegaraan yang pada saat itu masih belum terlalu stabil karena Indonesia pun dapat merdeka pada tahun 1945. Seiring berjalannya waktu pemerintah sadar bahwa rakyat Indonesia perlu mengetahui proses perkembangan yang terjadi saat Belanda memberi pengakuan atas kedaulatan Indonesia. Awal mula perkembangan tentang kehumasan yaitu saat kegiatan dalam kehumasan mulai semakin diketahui dan

diistilahkan sebagai humas atau hubungan masyarakat, dikarenakan pekerjaan mereka berhubungan antara perusahaan atau organisasi dengan publik.

Seiring majunya perkembangan bidang public relations di dunia atau asia semakin berkembang pula *public relations* di Indonesia. Manajemen PR ditugaskan di garda utama dalam urusan melaksanakan kepentingan usaha pada acara olimpiade yang dilangsungkan di Korea selatan. Negara ginseng tersebut mendapat kepercayaan menjadi tuan rumah dan menunjukkan keistimewaannya dengan memiliki tujuan untuk memberitahu negaranya di kancah internasional untuk memasarkan produk yang akan dijual kepada para pengunjung. Sementara itu, disisi lain perusahaan swasta di Indonesia yang menerapkan praktisi *public relations* pertama adalah Pertamina.

*Public Relations* (PR) merupakan bentuk manajemen berfungsi membina dan menjalankan hubungan agar terjalin dengan baik serta memberikan dampak positif bagi organisasi atau perusahaan dengan publik. Selain itu, praktisi PR juga mempengaruhi jalan kesuksesan atau kegagalan organisasi atau perusahaan tersebut. Dari penjelasan mengenai PR tersebut, mereka turut berperan sebagai bentuk dari manajemen yang berpengaruh, itu membuktikan organisasi maupun perusahaan harus memberi perhatian pada public relations. Kedudukannya sebagai fungsi manajemen, seorang PR harus mencakupi hal-hal sebagai berikut:

- a. Praktisi PR dapat menganalisis, memperhatikan, dan menginterpretasikan opini dari publik, serta mempengaruhi isu-isu dan jalannya rencana organisasi maupun perusahaan, dengan hasil yang memberikan pengaruh baik.

b. Sebagai praktisi PR harus mampu beri saran pada manajemen di semua level organisasi maupun perusahaan dan berhubungan dengan membuat keputusan, tahu akan jalannya tindakan yang diambil, memiliki komunikasi yang baik, dapat mempertimbangkan tanggapan dari publik, dan melaksanakan CSR (Corporate Social Responsibility) atau tanggung jawab perusahaan yang berdampak sosial dan lingkungan.

c. Public Relations mengetahui bagaimana cara meriset, menciptakan, dan melakukan evaluasi rutin mengenai program yang dijalankan agar berhasil menemukan sesuatu yang diinginkan dari publik demi kesuksesan tujuan perusahaan maupun organisasi.

d. Public Relations mampu membuat perencanaan dan merealisasikan usaha yang telah diadakan oleh organisasi maupun perusahaan untuk memberi pengaruh atau mengubah kebijakan publik.

e. Public Relations dapat menentukan arah tujuan, rencana, anggaran, rekrutmen, dan training pada staff organisasi atau perusahaan, serta mengembangkan fasilitas yang diperlukan dan mengelola sumber daya.

Berikut merupakan definisi humas yang disampaikan oleh beberapa ahli (Kriyantono R. , 2009) antara lain:

(1) Humas menurut Scott M. Cutlip, Allen H Center, & Glenn M Broom.

"*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan

mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut."

(2) Humas menurut Frank Jefkins. "*Public Relations is a system of communication to create a good will*" (*Public relations* adalah sebuah sistem komunikasi untuk menciptakan niat baik).

## **2.5 Teori Uses and Effect**

Penelitian yang dilakukan membutuhkan teori untuk menemukan hasil yang diinginkan oleh peneliti. Teori utama yang digunakan dalam penelitian adalah teori *uses and effect*. Teori *uses and effect* adalah teori yang berhubungan dengan efek atau pengaruh dari penggunaan suatu media, dan penggunaan tersebut ditentukan oleh beberapa faktor yaitu karakteristik, pandangan, kebutuhan, harapan serta akses terhadap media. Efek yang didapat dibagi menjadi 3 yaitu, efek, yang merupakan hasil dari proses konsumsi pesan media, dan pemakaian media dianggap selaku aspek perantara saja. Lalu konsekuensi, yang merupakan hasil dari penggunaan media, yang dapat mengurangi aktivitas lain, juga dapat memunculkan konsekuensi psikologis seperti ketergantungan terhadap media tertentu. *Consseffect*, yaitu hasil yang didapat baik karena isi pesan juga penggunaan media. Kedua nya memberikan hasil yang sama sehingga disebut *consseffects* yang merupakan gabungan dari konsekuensi dan efek (Rohim, 2009).

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, teori ini menekankan dimana setiap individu atau masyarakat yang menggunakan media akan mendapatkan suatu effects

setelah memakai media tersebut. Maka dari itu kegiatan yang terus menerus dilakukan oleh orang menonton drama Korea dapat menimbulkan sebuah effects dari apa yang dilihat. Peneliti memiliki tujuan yaitu untuk meneliti apakah dengan menonton tayangan drama Korea “Shooting Stars”, responden dapat memiliki minat atau sebaliknya untuk berprofesi sebagai public relations.

## **2.6 Teori AIDCA (*Attention, Interest, Desire, Conviction, Action*)**

Untuk teori pendukung dalam penelitian menggunakan teori AIDCA (*Attention, Interest, Desire, Conviction, Action*). Teori ini dikemukakan oleh Philip Kotler. Terdiri dari beberapa formula berdasarkan teori AIDCA bahwa komunikasi yang berbentuk persuasif dapat didahului dengan sesuatu yang menimbulkan perhatian. Dilakukannya upaya ini tidak dalam gaya bicara dengan kata-kata yang merangsang tetapi bisa lewat dengan penampilan saat menghadapi komunikan. Visual dan pesan yang sesuai adalah syarat utama keberhasilan dari sebuah program.

Dalam AIDCA terdapat lima elemen, sebagai berikut:

- *Attention* (Perhatian), perhatian muncul dari proses mental dalam diri seseorang, ketika rangkaian stimuli menonjol dalam keadaan sadar pada saat stimuli yang lain melemah.
- *Interest* (Minat), setelah mendapatkan perhatian, hal selanjutnya yang dilakukan adalah berpikir bagaimana perhatian tersebut dapat berubah jadi tertarik. Maka mereka harus dirangsang dengan memberikan kalimat berupa kata-kata yang dapat mempengaruhi.

- *Desire* (Hasrat), dari rasa minat atau tertarik dari penonton, hal selanjutnya yaitu sebuah hasrat atau rasa ingin melakukan sesuatu seperti yang disajikan dalam cerita drama tersebut.
- *Conviction* (Keyakinan), kemudian setelah timbulnya hasrat dari penonton, tahap selanjutnya yaitu keyakinan. Setelah menonton drama Korea tersebut penonton dapat merasa yakin bahwa sesuatu yang ia pilih merupakan keputusan terbaik.
- *Action* (Tindakan), terakhir adalah tahap untuk memutuskan bahwa penonton akan melakukan tindakan yang akan dilakukan. Berawal dari sebuah mimpi bisa berwujud menjadi realita, action merupakan jembatan antara keinginan dan kenyataan.

## 2.7 Definisi Konseptual

Konseptual ialah salah satu dari unsur penelitian mengenai penjelasan karakteristik suatu masalah yang akan diteliti. Tujuan dari definisi konseptual yaitu memberikan penjelasan yang sangat rinci mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Konsep ini tidak harus menunjukkan deskriptor, indikator, dan bagaimana cara mengukurnya (Suntoro, Nurmalisa, & Yusi, 2017). Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut:

### a. **Terpaan Tayangan Drama Korea “*Shooting Stars*”**

Pengaruh adalah suatu keadaan yang dilengkapi dengan bentuk suatu hubungan timbal balik antara sesuatu seperti apa yang mempengaruhi dan apa

yang dipengaruhi. Pada penelitian yang dibahas adalah Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea “*Shooting Stars*” Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Profesi *Public Relations*. Disini peneliti memakai indikator dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Frekuensi, drama Korea “*Shooting Stars*” memiliki rating yang tinggi di aplikasi *Netflix* dan *Viu*, setiap orang yang menonton memiliki frekuensi yang berbeda-beda tergantung jangka waktunya. Indikator frekuensi diukur dari seberapa sering drama Korea “*Shooting Stars*” ditonton.
- b. Metode Penyajian, indikator ini mengacu pada bagaimana cerita yang disajikan dari drama Korea “*Shooting Stars*”, fungsi tayangan tersebut untuk menghibur lalu dapat memberi informasi kepada para penonton.
- c. Durasi, bagian ini merujuk pada waktu yang dihabiskan para penonton untuk menonton tayangan drama Korea “*Shooting Stars*”. Waktu yang dibutuhkan penonton juga berbeda-beda, sehingga yang diukur adalah seberapa sering tayangan drama tersebut dilihat.
- d. Atensi, mengacu pada perhatian penonton drama Korea “*Shooting Stars*” terhadap apa saja informasi yang disampaikan melalui tayangan tersebut. Indikator tersebut dapat terealisasikan apabila seseorang dapat berkonsentrasi menggunakan satu alat indra dan menghindari arahan dari alat indra lainnya.

**b. Keputusan Mahasiswa Menjadi Profesi *Public Relations***

Dalam hal keputusan memilih merupakan salah satu bagian memilih apa yang diinginkan. Pada hal ini keputusan mahasiswa menjadi profesi Public Relations didasarkan oleh tiga indikator, yaitu:

- a. Kognitif, merupakan pengetahuan serta asumsi yang didapatkan dari pengalaman audiens berupa objek sikap dan kolaborasi data informasi melalui sumber yang berbeda.
- b. Afektif atau perasaan, merupakan pernyataan yang muncul dalam jiwa seseorang dan bersifat subjektif. Agar bisa merasakan perasaan emosional dan biasanya tidak bergantung pada alat indra.
- c. Behavioral, tindakan atau tingkah laku seseorang yang kemungkinan akan dilakukan dan berkaitan dengan sikap.

## **2.8 Definisi Operasional**

Bila peneliti telah menentukan variabel selanjutnya disusul dengan cara mengoperasionalkan variabel yang telah ditetapkan sehingga variabel tersebut dapat diukur. Selain itu untuk mempermudah peneliti untuk langsung dapat meriset dan mengumpulkan data yang valid. Penjelasan mengenai Tabel Variabel Operasional dapat dilihat di bawah ini:

**Tabel 2.1 Variabel Operasional**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Tayangan Drama Korea “ <i>Shooting Star</i> ” (Variabel X)	1. Frekuensi	Cara pengukurannya adalah seberapa sering menonton drama Korea “ <i>Shooting Stars</i> ” dalam seminggu	Likert
	2. Metode Penyajian	Terkait mengenai cerita drama Korea “ <i>Shooting Stars</i> ” mudah dimengerti, informatif, dan menghibur	Likert
	3. Durasi	Waktu yang diluangkan oleh penonton dalam menonton drama Korea “ <i>Shooting Stars</i> ”	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	4. Atensi	Terkait perhatian, kemudahan untuk paham isi pesan, dan daya tarik terhadap tayangan drama Korea “Shooting Stars”	Likert
Keputusan Mahasiswa Menjadi Profesi <i>Public Relations</i> (Variabel Y)	1. Kognitif	Terkait pengetahuan serta asumsi yang diperoleh dari pengalaman audiens berupa objek sikap dan kolaborasi data informasi yang berkaitan dengan sumber yang berbeda	Likert
	2. Afektif atau perasaan	Terkait perubahan sikap para	Likert

		responden setelah menonton tayangan drama Korea “Shooting Stars”	
	3. Behavioral	Terkait putusan responden untuk memilih profesi public relations	Likert

### 1.9 Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan peninjauan, disini peneliti melakukan penelusuran pada literatur yang sesuai untuk penelitian dan melihat penelitian-penelitian terdahulu, dilakukannya hal ini untuk memetakan antara persamaan dan perbedaan apa saja dalam penelitian. Menggunakan jurnal maupun tugas akhir skripsi yang terkadang ada beberapa topik saling berhubungan dengan penelitian yang diteliti sekalipun memiliki tujuan yang berbeda. Maka dari itu peneliti menemukan penelitian sebelumnya dari beberapa sumber, diantaranya:

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

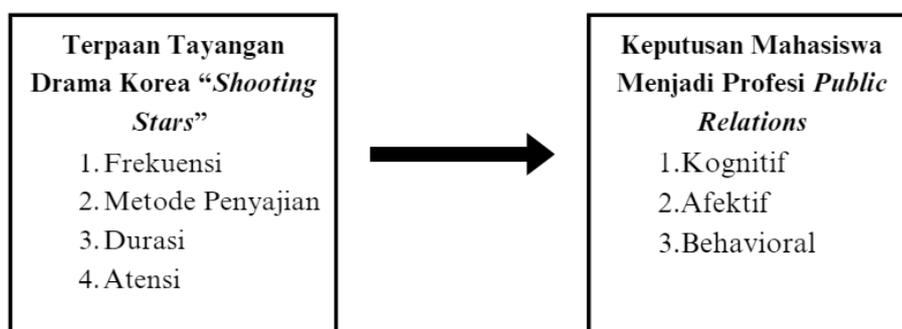
No	Penulisan dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1.	Hadiyani, Abidin, dan Utamidewi ; Pengaruh Tayangan Drama	Dilihat dari hasil Uji Regresi Sederhana dapat diketahui bahwa nilai signifikansi 0.001	Objek dalam penelitian ini adalah drama Korea Itaewon Class, dan	Dalam persamaan penelitian yaitu teori

	<p>Korea Itaewon Class Terhadap Motivasi Menjadi Entrepreneurship (2021)</p>	<p>&lt; 0.05 yang dapat disimpulkan Tayangan Drama Korea Itaewon Class berpengaruh positif terhadap motivasi menjadi <i>Entrepreneurship</i>. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa tayangan drama Korea Itaewon Class berpengaruh dalam motivasi responden untuk menjadi <i>entrepreneurship</i>.</p>	<p>membahas mengenai motivasi menjadi entrepreneurship yang ditujukan pada komunitas pecinta budaya Korea. Sedangkan pada peneliti disini menggunakan objek drama Korea “Shooting Stars” terhadap minat mahasiswa menjadi profesi public relations.</p>	<p>yang digunakan adalah teori Uses and Effect, serta mengkaji mengenai profesi yang terdapat dalam tayangan drama Korea.</p>
2.	<p>Izzatunihlah ; Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea Pinocchio Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Jurnalis (2017)</p>	<p>Hasil uji koefisien korelasi pada Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea Pinocchio Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Jurnalis sebesar 0.377. Maka Pengaruh terpaan tayangan drama pinocchio menghasilkan pengaruh sebesar</p>	<p>Penelitian ini menggunakan teori S-O-R sebagai pisau belah penelitian. Sedangkan pada peneliti disini menggunakan teori Uses and Effect sebagai pisau belah penelitian.</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini adalah mengkaji pengaruh terpaan tayangan drama Korea.</p>

		14,21%. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dua variabel tersebut rendah terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis.		
3.	M. Ichsan Nawawi, Nurul Anisa, Nurul Magfirah Syah, Muhammad Risqul, Aidah Azisah, Taufik Hidayat ; Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) Terhadap Motivasi Belajar (2021)	Hasil uji koefisien regresi yaitu nilai t yang dihasilkan signifikan pada taraf signifikansi 5%. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 38.482. Dimana koefisien ini memiliki nilai t sebesar 4.428. Karena nilai koefisien regresi positif dan signifikan, maka terdapat pengaruh yang searah dari tayangan drama Korea terhadap motivasi belajar generasi-Z.	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh terpaan tayangan drama Korea terhadap motivasi belajar. Sedangkan pada peneliti disini untuk mengetahui pengaruh tayangan drama Korea Shooting Stars terhadap minat mahasiswa menjadi profesi PR.	Persamaan penelitian yaitu keduanya meneliti pengaruh yang dihasilkan melalui drama korea.

## 2.10 Kerangka Berpikir

Menurut Widayat dan Amirullah (2002) kerangka konseptual yang memiliki model seperti bagaimana teori dapat terhubung dengan faktor-faktor yang sudah teridentifikasi pada masalah berpikir penting. Melalui pembuatan kerangka berpikir dapat memberikan penjelasan sementara tentang fenomena yang dapat menjadi akar masalah objek penelitian. Dapat diketahui bahwa alur berpikir tersebut didasari pada teori-teori terdahulu dan pengalaman empiris yaitu sebuah awal dalam merangkai kerangka berpikir yang guna membangun suatu hipotesis. Penelitian ini mempunyai kerangka berpikir dengan 2 variabel dan 7 indikator. Untuk variabel dan indikator akan dianalisis sehingga mendapat kesimpulan apakah variabel tersebut terdapat pengaruh terpaan tayangan drama Korea “*Shooting Stars*” terhadap keputusan mahasiswa menjadi profesi *public relations*.



**Gambar 2.1** Kerangka Berpikir

## 2.11 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara yang diberikan oleh rumusan masalah dalam penelitian yang diteliti, rumusan masalah dinyatakan dalam pertanyaan yang dicari jawabannya melalui data yang lengkap dari hasil penelitian. Hasil jawaban sementara yang akan diberi baru didasari oleh teori yang berkaitan dengan penelitian, belum didasarkan dengan jawaban fakta yang didapat dari data yang telah dikumpulkan. Maka dari itu, jawaban hipotesis penelitian dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah pada penelitian, tetapi belum menjadi hasil yang meyakinkan.

1. Ha: Terdapat Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea “*Shooting Stars*” Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Profesi *Public Relations* (Studi Pada Mahasiswa *Public Relations* Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UMM)
2. Ho: Tidak ada Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea “*Shooting Stars*” Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Profesi *Public Relations* (Studi Pada Mahasiswa *Public Relations* Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UMM)