



Channel YouTube NCT Dream Dan Minat Belajar Aksara Hangeul

Wilda Rahma Daniati¹, Zainal Abidin², Dadan Kurniansyah³

^{1,2,3}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 12 Januari 2024
Revised: 17 Januari 2024
Accepted: 20 Januari 2024

K-Pop (Korean Pop) shows are one of the shows that are currently popular and in demand by the public. This study aims to determine how much influence partially and simultaneously between intensity, message content, and attractiveness of NCT Dream YouTube channel impressions on interest in learning Hangeul script. This research method uses quantitative with an explanatory survey approach. This study uses social learning theory by Albert Bandura. The population in this study was NCTzen Bandung as many as 153 people, taken using simple random sampling technique with the Taro Yamane formula. Data collection techniques using questionnaires and literature studies. The results were obtained using simple linear regression analysis which showed that the sub-variables of YouTube channel impressions, namely the intensity of watching NCT Dream YouTube channel impressions, had a significant effect on interest in learning Hangeul script on NCTzen Bandung (Sig. value $0.001 < 0.05$ and $r^2 = 26.9\%$), the content of messages in NCT Dream's YouTube channel impressions has an effect but is not significant to the interest in learning Hangeul characters on NCTzen Bandung (Sig. value $0.657 > 0.05$ and r^2 value = 3%), and the attractiveness in NCT Dream's YouTube channel impressions has a significant effect on interest in learning Hangeul characters on NCTzen Bandung (Sig. value $0.001 < 0.05$ and $r^2 = 30.6\%$).

Keywords: YouTube, Interest in Learning, Hangeul Script

(*) Corresponding Author: 1910631190123@student.unsika.ac.id, zainal.abidin@fisip.unsika.ac.id, dadan.kurniansyah@staff.unsika.ac.id

How to Cite: Daniati, W., Abidin, Z., & Kurniansyah, D. (2024). Channel YouTube NCT Dream Dan Minat Belajar Aksara Hangeul. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 1076-1086.

PENDAHULUAN

YouTube menjadi salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan pengguna internet. YouTube merupakan wadah bagi pengguna internet untuk menyajikan, menonton, dan berbagi berbagai macam video secara *online* (Susriani, 2010: 8). Terhitung sejak bulan Januari 2023, Indonesia menjadi Negara di posisi keempat sebagai pengakses media YouTube terbanyak di dunia dengan jumlah pengakses sebanyak 139 juta periode (Annur, 2023). Kehadiran YouTube sebagai media hiburan maupun informasi yang berbentuk web video *sharing*, memudahkan siapa saja untuk menyajikan dan menerima video yang disajikan.

Salah satunya tayangan video terkait artis atau musik *Korean Pop (K-Pop)*. Media massa Korea *JoonAng Ilbi* menyebutkan Indonesia berada di dalam lima negara dengan penonton video *K-Pop* terbanyak di dunia melalui media YouTube selama satu tahun terakhir periode 2021 s/d 2022. *K-pop (케이팝)* mempunyai pengaruh yang besar dalam pasar dunia hiburan Korea Selatan. Menampilkan video musik dengan konsep yang unik dan menarik dengan genre lagu yang beragam, berisikan idol-idol yang memiliki visualisasi cantik dan tampan serta multitalenta

dapat membuat khalayak yang melihatnya merasa tertarik dan menyukainya (Valenciana & Pudjibudojo, 2022: 206).

Penggunaan media YouTube juga dimanfaatkan oleh salah satu *boygroup* naungan agensi SM Entertainment, yaitu NCT Dream. Dalam *channel* YouTube NCT Dream menyajikan berbagai macam konten video mulai dari vlog, *reality show* yang berisikan 2 – 6 episode, *dance practice*, *behind the scene* pembuatan video musik maupun rekaman suara, video *reaction* terkait MV terbaru mereka, dan lainnya. Menonton tayangan-tayangan tersebut dapat menimbulkan respons atau reaksi bagi penonton seperti memengaruhi gaya berpakaian, kebiasaan saat makan, menggunakan kosakata bahasa Korea, membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya (Abidin dkk., 2018).

Tayangan dari suatu media massa telah menjadi bagian dari tatanan kehidupan sosial yang ada pada masyarakat, sehingga masyarakat dapat mempelajari suatu hal dari tayangan media massa tersebut (Abidin, 2019). Sebagai media massa yang berbentuk web video *sharing*, hal ini berkaitan dengan Mujianto (2019: 137) yang menyatakan bahwa pengguna YouTube dapat memanfaatkan media tersebut menjadi media belajar karena secara signifikan tayangan video visual mampu meningkatkan minat dan motivasi belajar seseorang.

Sehingga hal lain yang dapat ditimbulkan dari kegiatan menonton tayangan *K-Pop*, yaitu membuat penggemar *K-Pop* menjadi tertarik dengan budaya Korea sehingga mempelajari bahasa Korea (한글 / *Hangeul*) agar lebih mudah memahami apa yang ditulis dengan idolanya, menyanyikan lagu-lagu *K-Pop* dengan mudah, memahami *subtitle* dalam bentuk *Hangeul* dari konten-konten video idol *K-Pop* dengan mudah, dapat menambah teman *online* dari luar negara, menambah keterampilan menguasai bahasa asing, dan juga bisa menjadi peluang untuk mendapatkan beasiswa dan pekerjaan di Korea Selatan (Purnamasari, 2022).

Hal ini juga diperkuat oleh Mardhiyah & Imran (2019: 72), bahwa penggemar dunia hiburan Negara gingseng tersebut menggunakan aksara *Hangeul* (한글) di media sosial seperti menulis *caption*, bio pada media sosial, dan penulisan komentar bertujuan untuk memperlihatkan sisi positif dari kegiatan *fangirling*, serta menunjukkan kemampuannya dalam berbahasa Korea dan mengekspos identitas diri mereka sebagai penggemar *K-pop*.

Berdasarkan penjelasan peristiwa yang sudah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini terkait “Seberapa besar pengaruh tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*?” dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*.
2. Untuk mengetahui pengaruh isi pesan tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei eksplanatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasari oleh

filosofis positivisme yang berguna untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, terdapat instrument penelitian untuk pengumpulan data, analisis data bersifat statistik agar dapat menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2018: 15). Menurut Sugeng (2020: 38) penelitian eksplanatif merupakan pendekatan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menguji dan memaparkan hubungan sebab – akibat dari variabel bebas dan variabel terikat dengan uji hipotesis.

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh tayangan *channel* YouTube NCT Dream sebagai variabel X (bebas) dan minat belajar aksara *Hangeul* sebagai variabel Y (terikat). Variabel X terdiri dari intensitas menonton, isi pesan dan daya tarik. Sedangkan variabel Y terkait adanya rasa senang, tertarik, memusatkan perhatian terhadap aksara *Hangeul* dan mempelajari aksara *Hangeul*.

Social learning theory (teori belajar sosial) dikemukakan oleh Albert Bandura pada tahun 1986, mengatakan bahwa proses belajar seseorang cenderung melalui pengamatan secara selektif, mengingat sikap dan perilaku individu, atau mencontoh model (*modeling*). Menurut Albert Bandura (1977), proses belajar seseorang didasari oleh pengamatan model melalui empat tahap, yaitu seseorang akan memperhatikan (atensi) model atau suatu peristiwa yang menarik perhatiannya, dari model atau suatu peristiwa yang menarik tersebut selanjutnya akan masuk ke dalam ingatan (retensi) menjadi kode-kode baik secara verbal ataupun khayalan, dari hasil ingatan yang disimpan tersebut akan meningkat sehingga membentuk sikap dan juga perilaku baru sesuai yang telah dipelajari (reproduksi motorik), dan terakhir dari tahap sikap dan perilaku meniru dalam reproduksi motorik tersebut terjadinya motivasi perwujudan pada kehidupan sehari-hari apabila memiliki penguatan seperti adanya rasa kepuasan diri (Effendy, 2018: 282-283).

NCTzen Bandung ditetapkan sebagai populasi dalam penelitian ini dengan perhitungan rumus Taro Yamane dan tingkat kesalahan 5% (0.05) diperoleh sampel sebanyak 153 orang dari jumlah populasi sebanyak 247 orang. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* karena anggota populasi bersifat homogen, maka penarikan anggota sampel dalam populasi dilakukan secara acak dan tidak memperhatikan strata dari populasi tersebut (Duli, 2019: 61).

Teknik pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Kemudian, instrument dalam variabel X dan variabel Y akan diuji validitas dan realibilitas, yang mana menghasilkan bahwa seluruh pernyataan sebanyak 12 pernyataan dalam kuesioner variabel tayangan *channel* YouTube NCT Dream dinyatakan valid dan seluruh pernyataan sebanyak 7 pernyataan dalam kuesioner variabel minat belajar aksara *Hangeul* dinyatakan valid dan seluruh pernyataan dapat digunakan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrument penelitian dari kedua variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria reliabilitas yang tinggi. Selanjutnya, data hasil dari pengumpulan kuesioner akan diolah serta dianalisis menggunakan uji prasyarat dan uji hipotesis dengan analisis regresi linear sederhana menggunakan bantuan *software* IBM SPSS *Statistics* 27.0.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

1. Identitas Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah dikumpulkan dari 153 responden, diperoleh hasil data terkait usia, jenis kelamin, dan jenjang pendidikan terakhir responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini berada diantara usia $18 \geq 21$ dan $21 > 24$ tahun dengan persentase masing-masing 37.9%, yang mana menurut Hurlock (dalam Hakim, 2020: 47) rentang usia tersebut merupakan masa dewasa awal. Responden terkait jenis kelamin dalam penelitian ini lebih tinggi perempuan dibandingkan dengan laki-laki, dimana responden berjenis kelamin perempuan sebesar 98.7%, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 1.3%. Berdasarkan jenjang pendidikan terakhir, mayoritas responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK sebesar 61.4%.

Seluruh responden merupakan *NCTzen* (sebutan untuk penggemar NCT Dream) Bandung. Sebagian besar responden sudah menjadi *NCTzen* sejak pertama kali NCT Dream debut, yakni selama 7 tahun sebesar 22.8%, sebab penggemar sudah mengenal beberapa anggota grup ketika mereka menjadi *SM Rookies* (pelatihan pre-debut). Seluruh responden *subscribe channel* YouTube milik NCT Dream, yang mana sebagian besar responden sudah *subscribe* selama 6 tahun saat NCT Dream baru membuat *channel* YouTube pada bulan Juni 2017 sebesar 22.2%.

2. Analisis Deskriptif Tayangan YouTube

Item instrumen dalam variabel tayangan *channel* YouTube NCT Dream pada penelitian ini berjumlah 12 pernyataan yang meliputi 3 indikator yaitu intensitas menonton, isi pesan, dan daya tarik. Hasil analisis deskriptif menunjukkan skor maximum sebesar 60 dan skor minimum sebesar 39.

Tabel 1. Sebaran Tayangan Youtube

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	97	63.4%
Tinggi	52	34%
Sedang	4	2.6%
Rendah	0	0%
Sangat Rendah	0	0%
Total	153	100%

Berdasarkan tabel perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi menonton tayangan *channel* YouTube NCT Dream pada *NCTzen* Bandung berada di kategori sangat tinggi dengan persentase 63.7% atau sejumlah 97 orang.

3. Analisis Deskriptif Minat Belajar

Item instrumen dalam variabel minat belajar aksara *Hangeul* pada penelitian ini berjumlah 7 pernyataan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan skor maximum sebesar 35 dan skor minimum sebesar 18.

Tabel 2. Sebaran Minat Belajar

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	37	24.1%
Tinggi	81	53%
Sedang	28	18.3%
Rendah	7	4.6%

Sangat Rendah	0	0%
Total	153	100%

Berdasarkan tabel perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi minat belajar aksara *Hangeul* pada *NCTzen* Bandung berada di kategori tinggi dengan persentase 53% atau sejumlah 81 orang.

4. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji normalitas untuk menguji apakah data yang diambil dari sampel berdistribusi normal atau tidak normal. Metode yang digunakan dalam uji normalitas penelitian ini adalah *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan *software* IBM SPSS Statistics 27.0. Data pada variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dinyatakan berdistribusi normal apabila hasil nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0.05 (α) dan sebaliknya apabila hasil nilai Asymp. Sig. (2-tailed) \leq 0.05 (α) berarti data berdistribusi tidak normal. Berikut hasil *output* pengujian:

Tabel 3. Output Uji Normalitas

One-Sample Uji Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		153	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.43093978	
Most Extreme Differences	Absolute	.046	
	Positive	.039	
	Negative	-.046	
Test Statistic		.046	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.600
		Upper Bound	.625
a Test distribution is Normal. b Calculated from data. c Lilliefors Significance Correction. d This is a lower bound of the true significance. e Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.			

Berdasarkan tabel *output* di atas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200, berarti lebih besar dari nilai $\alpha = 0.05$. Maka kesimpulan yang didapatkan adalah data residual variabel bebas dan variabel terikat pada uji normalitas berdistribusi normal sehingga bisa digunakan untuk pengujian regresi linear.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear sederhana untuk mengukur besarnya pengaruh antara tayangan *channel* YouTube NCT Dream (variabel X) dengan minat belajar aksara *Hangeul* (variabel Y). Berikut hasil *output* pengujian:

Tabel 4. Persamaan Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.084	3.529		.024	.981
	Tayangan YouTube (X)	.525	.066	.545	7.995	<.001
a. Dependent Variable: Minat Belajar Aksara Hangeul (Y)						

Berdasarkan perolehan data dari pengolahan data menggunakan *software* IBM SPSS *Statistics* 27.0 di atas, maka menghasilkan *output* persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 0.084 + 0.525X$$

Berikut penjelasan mengenai hasil dari persamaan regresi linear sederhana di atas, yaitu:

- a. Nilai konstanta bernilai positif sebesar 0.084, artinya apabila nilai menonton tayangan YouTube NCT Dream = 0, maka nilai minat belajar aksara *Hangeul* akan tetap sebesar 0.084.
- b. Nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0.525, berarti terdapat pengaruh yang positif atau searah antara tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*.

6. Uji Parsial (T)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji T untuk mengetahui apakah tayangan *channel* YouTube NCT Dream (variabel X) dengan minat belajar aksara *Hangeul* (variabel Y) berpengaruh signifikan atau tidak. Data pada variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dinyatakan berpengaruh signifikan apabila hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi < 0.05 (α), sebaliknya apabila hasil nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi > 0.05 (α) maka variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) tidak berpengaruh signifikan. Berikut hasil *output* pengujian T menggunakan *software* IBM SPSS *Statistics* 27.0:

Tabel 5. Output Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-.901	3.814		-.236	.814
	Tayangan YouTube (X1)	.501	.125	.293	4.005	<.001
	Isi Pesan (X2)	.089	.200	.036	.445	.657

	Daya Tarik (X3)	1.037	.228	.373	4.555	<.001
a. Dependent Variable: Minat Belajar Aksara Hangeul (Y)						

Berdasarkan perolehan hasil data di atas, dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0.05$ dan nilai t_{tabel} dengan rumus $df = n - k - 1 = 153 - 1 - 1 = 151$, maka diperoleh nilai $t_{tabel} = 1.655$. Selanjutnya menganalisis regresi sub variabel X1, yakni $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.005 > 1.655$ dan nilai sig. sebesar $0.001 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel intensitas menonton tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*. Kemudian untuk sub variabel X2, yakni $t_{hitung} < t_{tabel} = 0.445 < 1.655$ dan nilai sig. sebesar $0.657 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak berpengaruh signifikan antara sub variabel isi pesan dalam tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*. Terakhir untuk sub variabel X3, yakni $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.555 > 1.655$ dan nilai sig. sebesar $0.001 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel daya tarik dalam tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*.

7. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Hasil perhitungan uji R Square digunakan untuk mengukur besaran pengaruh tayangan *channel* YouTube NCT Dream (variabel X) terhadap minat belajar aksara *Hangeul* (variabel Y). Berikut hasil *output* pengujian Koefisien Determinasi menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 27.0:

Tabel 6. Hasil Output R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.572 ^a	.328	.314	3.465
a. Predictors: (Constant), Daya Tarik (X3), Intensitas Menonton (X1), Isi Pesan (X2)				

Berdasarkan perolehan hasil data di atas, di ketahui nilai R Square sebesar 0.328, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tayangan *channel* YouTube NCT Dream (variabel X) memengaruhi minat belajar aksara *Hangeul* (variabel Y) sebesar 32.8% dan sebesar 67.2% dipengaruhi oleh variabel X lain yang tidak terlibat dengan penelitian ini.

8. Uji Koefisien Determinasi Parsial (r²)

Hasil perhitungan r^2 digunakan untuk mengukur besaran sumbangan pengaruh dari sub variabel X (intensitas, isi pesan, dan daya tarik) terhadap variabel Y (minat belajar aksara *Hangeul*). Berikut hasil *output* pengujian koefisien determinasi parsial menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 27.0:

Tabel 7. Hasil Output r²

Coefficients ^a				
Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
	(Constant)			
	Intensitas Menonton (X1)	.442	.312	.269
	Isi Pesan (X2)	.322	.036	.030

Daya Tarik (X3)	.501	.350	.306
a. Dependent Variable: Minat Belajar Aksara Hangeul (Y)			

Berdasarkan perolehan hasil data di atas, di ketahui intensitas menonton memengaruhi minat belajar aksara *Hangeul* sebesar $0.312 = 26.9\%$, untuk isi pesan memengaruhi minat belajar aksara *Hangeul* sebesar $0.036 = 3\%$, dan untuk daya tarik memengaruhi minat belajar aksara *Hangeul* sebesar $0.350 = 30.6\%$.

Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada 153 responden, kemudian data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dan menghasilkan bahwa terdapat pengaruh dari tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*. Dengan besaran pengaruh variabel bebas (X) yang meliputi intensitas menonton, isi pesan, dan daya tarik sebesar 32.8%. Hasil pengukuran data tersebut menunjukkan bahwa tayangan *channel* YouTube NCT Dream cukup memengaruhi minat belajar aksara *Hangeul* pada *NCTzen* Bandung.

Kehadiran suatu media dapat memengaruhi audiens dalam bersikap, berpikir, dan berperilaku. Penggunaan suatu media oleh audiens, salah satunya dapat dilihat melalui media *exposure* dengan mengukur intensitas yang meliputi frekuensi serta durasi audiens. Frekuensi dalam penggunaan media dapat diukur sesuai periode tertentu, seperti untuk program tayangan bulanan, berapa kali dalam sebulan seseorang menggunakan waktu menonton (media audiovisual) dalam setahun. Untuk mengukur durasi dalam penggunaan media dapat dilihat dengan berapa lama (hitungan jam) seseorang menghabiskan waktu dengan media atau berapa lama (hitungan menit) seseorang mengikuti suatu program tayangan (Ardianto dkk., 2007).

Isi pesan dalam penelitian ini merujuk ke dalam salah satu bentuk fungsi komunikasi massa, yaitu sebagai informasi dan hiburan (Nurudin, 2007). Sebuah informasi yang disajikan dalam bentuk audiovisual yang berbasis video akan lebih memudahkan audiens untuk memahami informasi tersebut (Dewi & Sujarwadi, 2023). Menurut Lestari (2022), penggunaan media efektif untuk dijadikan media hiburan bagi seseorang ketika mereka sedang merasa bosan ataupun jenuh dengan aktivitasnya, karena hal tersebut dapat mengalihkan perhatian dan juga memicu meningkatkan suasana hati pengguna.

Daya tarik dalam penelitian ini yang meliputi visualisasi idol, ide konten, dan hasil *editing* menjadi perhatian utama bagi *NCTzen* Bandung sebagai penonton. Daya tarik menurut Effendy (1989) dalam (Ainiyyah dkk., 2023: 33) merupakan kekuatan, penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang dapat mengungkapkan kembali stimulus atau rangsangan yang ia dapatkan dari media komunikasi. Yang mana daya tarik visualisasi idol yang kuat dalam tayangan YouTube akan menjadi pemandangan yang indah dan menarik perhatian audiens. Indikator ide konten juga mempunyai daya tarik tersendiri, di mana karya yang unik dan baru dapat membangun perhatian dan respon dari audiens. Indikator lainnya, yaitu hasil *editing* juga sangat penting ditambahkan untuk penampilan seperti tulisan-tulisan, *background*, dan efek-efek lainnya sehingga membuat video lebih jelas, tidak membosankan, dan lebih memikat perhatian audiens.

Minat belajar adalah suatu bentuk atensi, ketertarikan, dan keinginan seseorang untuk mempelajari suatu hal. Minat belajar timbul akibat dorongan sosial

maupun emosional dari dalam diri individu (Haryani, 2023: 8.9). Menurut Slameto (2003), minat belajar dapat ditandai oleh kecenderungan seseorang ketika memperhatikan dan memahami suatu hal secara terus-menerus. Terjadinya proses atensi dan pengamatan dalam penelitian ini ketika *NCTzen* Bandung menonton tayangan *channel* YouTube NCT Dream, kemudian timbul rasa tertarik dan senang terhadap aksara *Hangeul*, sehingga memiliki minat untuk mempelajari aksara *Hangeul*. Hal ini juga didukung oleh Ulya & Yulianti (2022: 453) yang menyatakan bahwa minat belajar dapat timbul ketika seseorang mengamati kegiatan dan perilaku orang lain melalui tayangan di media sosial.

Penelitian ini selaras dengan teori belajar sosial (*social learning theory*) oleh Bandura, artinya proses belajar seseorang didasari oleh pengamatan model. Intensitas menonton dan daya tarik yang kuat dalam tayangan *channel* YouTube NCT Dream menimbulkan respons, yaitu memiliki rasa senang dan tertarik dengan aksara *Hangeul*, kemudian meniru menggunakan aksara *Hangeul*, serta terjadinya penguatan untuk mempelajari penulisan aksara *Hangeul* menjadi lebih baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Intensitas menonton memiliki pengaruh yang signifikan dalam tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*. Hal tersebut ditinjau dari nilai Sig. $0.001 < 0.05$ dan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 26.9%. Perolehan nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa *NCTzen* Bandung memiliki intensitas menonton cukup tinggi ketika menonton tayangan *channel* YouTube NCT Dream dan dalam hal ini intensitas yang meliputi frekuensi dan durasi menonton memberikan pengaruh kepada responden untuk minat mempelajari aksara *Hangeul*.

Isi pesan memiliki pengaruh namun tidak signifikan dalam tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*. Hal tersebut ditinjau dari nilai Sig. $0.657 > 0.05$ dan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 3%. Perolehan nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa *NCTzen* Bandung tidak selalu memperhatikan isi pesan ketika menonton tayangan *channel* YouTube NCT Dream dan dalam hal ini isi pesan yang meliputi isi cerita dan alur cerita belum cukup jelas, sehingga berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat mempelajari aksara *Hangeul*.

Daya tarik memiliki pengaruh yang signifikan dalam tayangan *channel* YouTube NCT Dream terhadap minat belajar aksara *Hangeul*. Hal tersebut ditinjau dari nilai Sig. $0.001 < 0.05$ dan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 30.6%. Perolehan nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa daya tarik tayangan yang meliputi visualisasi idol yang indah, ide cerita yang menarik, dan *editing* video yang bagus memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan sub variabel yang lain, sehingga hal ini memengaruhi ketertarikan responden untuk minat mempelajari aksara *Hangeul*.

REFERENSI

Abidin, Z. (2019). Hubungan antara tayangan K-Drama di televisi dengan perilaku pada anak remaja dalam mengimitasi Korean fashion. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(1), 65–79.

- <https://doi.org/10.24090/komunika.v13i1.2075>
- Abidin, Z., Tayo, Y., & Mayasari. (2018). Fanaticism of a Korean boy band, “Shinee” as perceived by K-Popers “Shinee World Indonesia” in Karawang Regency. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3.30), 74. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.30.18159>
- Ainiyyah, A. N., Gushevinalti, & Makhrian, A. (2023). Pengaruh daya tarik dalam live streaming Facebook terhadap keputusan pembelian (Studi pada pengikut akun MeyRiana Raha Gukguk di Facebook). *Jurnal Kaganga*, 7(1), 30–37. <https://ejournal.unib.ac.id/jkaganga/article/view/24319>
- Annur, C. M. (2023). Pengguna YouTube di Indonesia peringkat keempat terbanyak di dunia pada awal 2023. *Databoks*. Tersedia di: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023> (diakses pada tanggal 14 Juni 2023).
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Dewi, K. N., & Sujarwadi, B. (2023). Persepsi komunitas Jogja K-Poper tentang gaya hidup Korean Wave dalam chanel You Tube Sunnydahyein. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(1), 29–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i1.397>
- Persepsi
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Effendy, O. U. (2018). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hakim, L. N. (2020). Urgensi revisi undang-undang tentang kesejahteraan lanjut usia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11(1), 43–55. <https://doi.org/10.22212/aspirasi.v11i1.1589>
- Haryani, E. (2023). *Model Discovery Proses Kelompok Berbantuan Media Dialog Interaktif “Mata Najwa” Untuk Meningkatkan Minat dan Hasil Belajar*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Lestari, W. A. (2022). *Motif dan kepuasan khalayak penggemar budaya Korean Pop (KPOP) dalam penggunaan media online Coppamagz* (Issue 8.5.2017) [UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/59729>
- Mardhiyah, A. N., & Imran, A. I. (2019). Penggunaan bahasa Korea (Hangeul) dalam Instagram sebagai bentuk presentasi diri. *Nyimak Journal of Communication*, 3(1), 61–75. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/nyimak.v3i1.1128>
- Mujianto, H. (2019). Pemanfaatan Youtube sebagai media ajar dalam meningkatkan minat dan motivasi belajar. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 5(1), 135–159. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/588>
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Pers.
- Purnamasari, E. (2022). *Pengaruh Hallyu terhadap minat mempelajari bahasa Korea di kalangan generasi Z di Indonesia: Studi kasus Pada komunitas Koreaphile* [Universitas Nasional Jakarta].

<http://repository.unas.ac.id/5295/>

- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugeng, B. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Susrini, N. K. (2010). *Beken Dengan YouTube*. Jakarta: Grasindo.
- Ulya, H. K., & Yulianti. (2022). Hubungan tayangan channel Youtube Kimbab Family dengan minat belajar bahasa Korea pada subscribers. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(2), 448–454. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i2.3047>
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena budaya pop Korea pada remaja milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>