

DRAMA KOREA
(STUDI MOTIVASI DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UNHAS
TERHADAP BUDAYA POPULER KOREA)



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
pada Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin

OLEH:
MILENI SINAGA TODING
E071171311

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Drama Korea (Studi Motivasi di Kalangan Mahasiswa Fisip Unhas
Terhadap Budaya Populer Korea)

Disusun dan diajukan oleh

MILENI SINAGA TODING

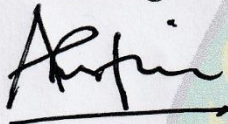
E071171311

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam
rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Departemen Antropologi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Pada tanggal 13 September 2021 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

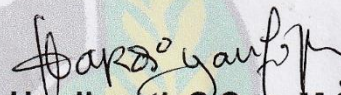
Pembimbing I



Prof. Dr. Ansar Arifin, MS

NIP. 19611227 198811 1 002

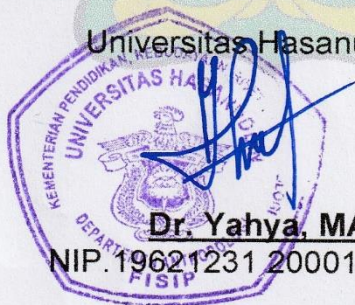
Pembimbing II



Hardiyanti, S.Sos, M.Si

NIP. 19920207 201801 6 001

Ketua Departemen Antropologi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Yahya, MA

NIP. 19621231 200012 1 001

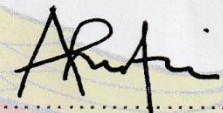
HALAMAN PENERIMAAN

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin di Makassar pada hari Senin Tanggal 13 bulan September Tahun 2021 dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1).

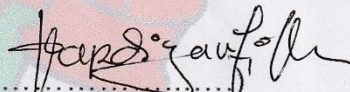
Makassar, 13 September 2021

Panitia Ujian

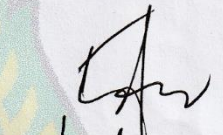
Ketua : Prof. Dr. Ansar Arifin, MS
NIP. 19611227 198811 1 002

()


Sekretaris : Hardiyanti, S.Sos, M.Si
NIP. 19920207 201801 6 001

()

Anggota : 1. Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP. 19750823 200212 1 002

()

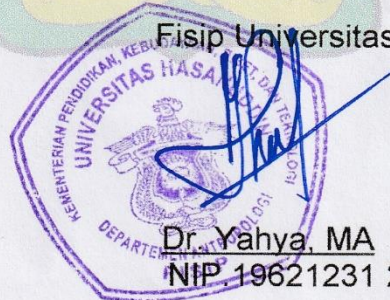
2. Dr. Muh. Basir Said, MA
NIP. 19620624 198702 1 002

()

Mengetahui,

Ketua Departemen Antropologi

Fisip Universitas Hasanuddin



Dr. Yahya, MA

NIP. 19621231 200012 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MILENI SINAGA TODING

NIM : E071171311

Program Studi: ANTROPOLOGI SOSIAL

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul

“ Drama Korea (Studi Motivasi di Kalangan Mahasiswa Fisip Unhas Terhadap Budaya Populer Korea) “

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas hal tersebut.

Makassar, 13 September 2021

Yang membuat pernyataan,



Mileni Sinaga Toding

E071171311

KATA PENGANTAR

Syalom, Salam Sejahtera Untuk Kita Semua

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat kasih karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini yang berjudul “Drama Korea (Studi Motivasi Mahasiswa Fisip Unhas Terhadap Budaya Populer Korea)” dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Penulis menyadari selama proses penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang jauh dari kata kesempurnaan, oleh karena itu penulis dengan terbuka untuk menerima saran dan kritikan yang mampu membangun karya tersebut kedepannya. Atas penyelesaian skripsi ini, dengan penuh rasa hormat penulis sampaikan terima kepada kedua orang tua penulis, Bapak **Santo Toding** dan Ibu **Yuliana Pidin** yang telah memberikan nasehat beserta dukungan dalam setiap doanya. Selain itu, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada beberapa pihak yang turut andil dalam penyusunan skripsi ini, ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, MA** selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. **Prof. Dr. Armin Arsyid, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin beserta seluruh Staff.

3. **Dr. Yahya, MA** selaku Ketua Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
4. **Muhammad Neil, S.Sos, M.Si** selaku Sekretaris Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
5. **Prof. Dr. Ansar Arifin, MS** selaku Pembimbing sekaligus pembimbing Akademik yang selama ini telah meluangkan waktunya serta selalu memberi arahan dan saran bagi penulis.
6. **Hardiyanti, S.Sos, M.Si** selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya bagi penulis dengan sabar membimbing penulis sampai selesai.
7. Tim Penguji Bapak **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si**, Bapak **Dr. Muhammad Basir, MA**, Bapak **Prof. Dr, Ansar Arifin, MS**, dan **Ibu Hardiyanti, S.Sos, M.Si**, yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun dalam memperbaiki skripsi ini.
8. Dosen atau staff pengajar Departemen Antropologi Sosial **Prof. Dr. Mahmud Tang, MA**, **Prof. Hamka Naping, Prof. Dr. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D, MA**, **Prof Supriadi Hamdat, MA**, **Prof. Dr. Mungsi Lampe, MA**, **Dra. Hj. Nurhadelia F. L, M**, **Dr. Safriadi, M.Si.**, **Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si**, **Icha Musyawirah Hamka, S.Sos, M.Si** yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama penulis belajar di Kampus Universitas Hasanuddin.

9. Staff pegawai Departemen Antropologi Sosial, Bapak **M. Idris S,S.sos**, bapak **Yunus**, Ibu **Anni** yang selalu membantu dalam proses kelengkapan berkas penulis.
10. Seluruh Informan yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam proses pengumpulan data sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Keluarga besar Apartemen Biru, **Nopri Anti Andau, Jusrianti, Hikmawati, Nurlina, Nur Damayanti, dan Rasmita** yang selalu mendukung, memberikan doa dan selalu menghibur ketika stress dalam mengerjakan skripsi.
12. Sahabatku **Riska** yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat.
13. **Zhanas, Yuni, Ika, Fika, hamdan, Ippa, Siddiq, Randa, Ega, Cate'** , **Adis, Nurell dan** Teman-teman **Aksata17** lainnya atas kebersamaannya selama ini, semoga kebersamaan kita tak terputus dan tetap terjalin hubungan yang baik.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan terkhusus bagi para pembaca, akhir kata , penulis mengucapkan permohonan maaf atas segala kekurangan . Terima kasih.

Makassar, 10 September 2021

Mileni Sinaga Toding

ABSTRAK

Mileni Sinaga Toding (E071171311). Drama Korea (Studi Motivasi Mahasiswa Fisip Unhas Terhadap Budaya Populer Korea). Dibawah bimbingan Prof. Dr. Ansar Arifin, MS dan Hardiyanti, S.Sos, M.Si. Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi mahasiswa Fisip Unhas terhadap budaya populer Korea yaitu drama Korea serta untuk mengetahui Konsekuensi yang dialami mahasiswa Fisip Unhas setelah mengomsumsi unsur budaya populer tersebut. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah *purposive* (sengaja). Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi, wawancara mendalam dengan informan, serta didukung dan dipertegas dengan berbagai studi pustaka yang relevan dengan topik penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi ekstrinsik mahasiswa terhadap drama korea sebagai budaya populer Korea terdiri dari media massa serta lingkungan sosial dan motivasi instrinsik yang terdiri dari alur cerita yang menarik, visual pemain dalam drama, serta totalitas dalam pembuatan drama merupakan faktor yang mempengaruhi motivasi mahasiswa terhadap unsur budaya populer Korea. Konsekuensi yang dialami oleh mahasiswa selama mengomsumsi unsur budaya populer dijelaskan dalam bentuk pengetahuan mahasiswa penggemar drama Korea dan perilaku mahasiswa penggemar drama Korea dimana pada tahapan-tahapan tersebut menunjukkan bahwa melalui drama, Korea berusaha menanamkan nilai yang positif dari unsur-unsur budayanya terhadap mahasiswa sehingga produk-produk Korea dapat dengan mudah diterima.

Kata Kunci : Motivasi, Mahasiswa, budaya populer, Drama Korea.

ABSTRACT

Mileni Sinaga Toding (E071171311). Korean Drama (Study on the Motivation of Unhas Fisip Students on Korean Popular Culture). Under the guidance of Prof. Dr. Ansar Arifin, MS and Hardiyanti, S.Sos, M.Si. Department of Anthropology, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University.

This study aims to determine the motivation of Fisip Unhas students towards Korean popular culture, namely Korean dramas and to find out the consequences experienced by Fisip Unhas students after consuming the elements of popular culture. In this research, the method used is qualitative with descriptive method. The informant determination technique used is purposive. The data collection techniques used include observation, in-depth interviews with informants, and are supported and confirmed by various literature studies relevant to the research topic. The results of this study indicate that extrinsic motivation consisting of mass media and social environment and intrinsic motivation consisting of an interesting storyline, visuals of the players from the drama, and totality in drama making are factors that influence student motivation towards elements of Korean popular culture. The consequences experienced by students while consuming elements of popular culture are explained in the form of student knowledge of Korean drama fans and student behavior of Korean drama fans where at these stages it shows that through drama, Korea tries to instill positive values from its cultural elements to students so that the Korean products can be easily accepted.

Keywords : Motivation, Students, popular culture, Korean Drama.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENERIMAAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penelitian Terdahulu	6
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Motivasi	11
2.2 Kebudayaan	14
2.3 Budaya Populer	16
2.4 Budaya Populer Korea	18
2.5 Drama.....	20
2.6 Konsekuensi.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan Penelitian	24
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	24
3.3 Informan Penelitian.....	25

3.4 Teknik Pengumpulan data	26
3.4.1 Observasi	26
3.4.2 Wawancara	26
3.4.3 Studi Literature.....	27
3.5 Teknik Analisis Data	28
3.6 Etika Penelitian	29
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	30
4.1 Universitas Hasanuddin	30
4.1.1 Kondisi Geografis	30
4.1.2 Sejarah	30
4.2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	33
4.2.1 Sejarah	33
4.2.2 Gambaran Fisik	37
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
5.1 Motivasi Mahasiswa terhadap Budaya Populer Korea	39
5.1.1 Motivasi Ekstrinsik Mahasiswa terhadap Drama Korea	40
5.1.2 Motivasi Instrinsik Mahasiswa Menyukai Drama Korea	50
5.2 Konsekuensi dari Perilaku Konsumtif Mahasiswa terhadap Unsur Budaya Populer Korea.....	67
5.2.1 Pengetahuan Mahasiswa Penggemar Drama Korea	68
5.2.2 Perilaku Konsumsi Mahasiswa Penggemar Drama Korea..	71
BAB VI PENUTUP.....	79
6.1 Kesimpulan.....	79
6.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Informan	25
--------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Viu sebagai salah satu aplikasi <i>streaming</i> drama	45
Gambar 2.	Salahsatu akun <i>Twitter</i> yang memberikan informasi seputar drama Korea	47
Gambar 3.	Poster drama <i>Crash Landing On You</i>	52
Gambar 4.	Poster drama <i>Waikiki 2</i>	52
Gambar 5.	Poster drama <i>100 Days My Prince</i>	53
Gambar 6.	Poster drama <i>Hotel del Luna</i>	54
Gambar 7.	Poster drama <i>Class of Lies</i>	54
Gambar 8.	Poster drama <i>Extracurricular</i>	55
Gambar 9.	Potret aktor dan aktris Korea	60
Gambar 10	Poster drama <i>Vincenzo</i>	63
Gambar 11	Adegan dalam drama <i>Vincenzo</i> sebelum dan sesudah menggunakan efek CGI.....	64
Gambar 12.	Salahsatu scene dalam drama <i>The Heirs</i>	74
Gambar 13.	Coat atau Jaket koleksi informan.....	74
Gambar 14.	Salahsatu scene dalam drama <i>DOTS</i>	74
Gambar 15.	Koleksi totebag yang dikoleksi Informan.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, globalisasi membuat interaksi antar seluruh orang di dunia menjadi bebas dan terbuka seolah-olah batas negara menjadi sempit yang disebabkan oleh perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi memudahkan kita untuk mengakses informasi baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Dengan menipisnya keterbatasan antar negara, membuat budaya-budaya dari berbagai negara dapat masuk ditengah-tengah masyarakat dengan mudah. Teknologi Informasi mendorong munculnya budaya-budaya yang disukai oleh banyak orang di seluruh dunia. “budaya yang disukai secara luas oleh banyak orang” disebut budaya populer, budaya pop atau budaya massa (John Storey,2006). Budaya populer juga di definisikan sebagai produk dan bentuk ekspresi dan identitas yang sering ditemui atau diterima secara luas dan disukai dari karakteristik masyarakat tertentu pada waktu tertentu.

Menurut Ben Agger (Bungin, 2008:100) menjelaskan bahwa pada umumnya budaya yang masuk dalam dunia hiburan akan memperoleh kekuatannya ketika media massa digunakan sebagai penyebaran pengaruh di masyarakat karena budaya massa bersifat massal, berstandarisasi dalam sistem pasar yang praktis dan heterogen yang lebih terfokus pada kepentingan pemuasan selera masyarakatnya. Dalam

perkembangannya, budaya pop tidak hanya didominasi oleh negara-negara barat, tetapi juga oleh beberapa negara di Asia seperti Jepang, Hongkong, Korea Selatan dan Taiwan. Salah satu budaya yang tengah mempengaruhi berbagai negara adalah budaya populer Korea. Negara Korea Selatan telah berhasil menyebarkan produk budaya populernya dalam bentuk hiburan ke dunia internasional yang mewarnai kehidupan masyarakat dari berbagai negara. Proses penyebaran budaya pop Korea ke seluruh dunia inilah yang disebut dengan istilah *hallyu* (Wahyudi Akmaliah, 2013).

Fenomena *hallyu* yang berarti *korean wave* mengacu pada popularitas budaya korea di luar negeri. *Hallyu* merupakan istilah yang bermakna signifikan pengaruh budaya populer (*Korean Pop Culture*) di seluruh dunia, atau dalam arti lain mengacu pada globalisasi budaya korea dengan istilah lainnya yang disebut gelombang Korea (Asih, 2012: 1). Produk-produk *Hallyu* yang dikenal adalah film, drama, musik pop, fashion dan sejenisnya. Eksistensi *hallyu* tidak lepas dari penggemarnya di seluruh dunia. Kegemaran menonton drama korea atau menonton video musik Korea (*Kpop*) terus berkembang tidak hanya melalui televisi tetapi dari berbagai aplikasi baik dari laptop maupun *handphone* yang membuat masyarakat lebih mudah melihat tayangan-tayangan hiburan Korea setiap harinya sehingga menimbulkan pengaruh terhadap gaya hidup masyarakat.

Raphl Linton menjelaskan bahwa sebuah kebudayaan dapat mempengaruhi perilaku dalam suatu masyarakat yang disebut sebagai

way of life (Srinarti,2006;85-103). *Way of life* yang dimaksud ialah bagaimana cara orang untuk bertahan hidup melalui cara berpikir, cara merasa dan cara berbuat. Budaya pun seiring dengan waktu akan terus mengalami perubahan dan fleksibel dalam mengikuti Perkembangan zaman dan bergantung pada perubahan dari masyarakat itu sendiri. Perubahan perilaku masyarakat yang mengikuti alur perkembangan zaman mengakibatkan perubahan sosial budaya. Menurut Farley (1990) dalam Sztompka (2004:5) mengatakan bahwa perubahan sosial merupakan pola perilaku, hubungan sosial, lembaga dan struktur sosial pada waktu tertentu. Hal tersebut terkait dengan perubahan yang terjadi di dalam masyarakat terkait dengan tindakan masyarakat itu sendiri sehingga hal ini berkaitan dengan budaya populer Korea dalam kehidupan masyarakat terkhusus generasi muda.

Konsumsi film, mode, drama, musik juga program televisi juga telah mampu mempengaruhi budaya lokal dan regional dimana produk tersebut dikonsumsi. Indah nya pakaian ala artis Korea wujud desain arsitek bangunan, swalayan dan tempat makan bernuansa budaya Korea digambarkan pada setiap drama seri yang menarik perhatian masyarakat global. (*Korean Culture and Information service, 2011:27*). Demam Korea tersebut juga dipengaruhi oleh perkembangannya karena sorotan media yang meliput berbagai acara yang menjadi bagian dari produksi Korea. Melalui *website-website* yang dibentuk oleh penggemar produk Korea bahkan dimanfaatkan sebagai sarana penjualan *merchandise* (Jung,2011). *Marketing* dan Iklan digunakan dalam memasarkan produk

secara *online*. Kemajuan teknologi pada era ini telah memberikan kemudahan penyebaran budaya Korea yang telah memasuki fase barunya yang disebut *Neo-Korean Wave* (*Korean Culture and Information service*, 2011:39).

Masuknya gelombang Korea di Indonesia diawali dengan munculnya beberapa drama Korea yang ditayangkan di siaran Televisi swasta Indonesia. Di drama Korea tersebut biasanya *soundtracknya* dinyanyikan oleh penyanyi Korea yang merupakan member salahsatu grup idola di sana. Misalkan dengan populernya drama *Boys Before Flower*, *soundtraknya* juga ikut terkenal karena dinyanyikan oleh *boyband* dan *girlband* Korea seperti *Shinee*, *Kara*, *SS501*. Lalu bermunculanlah fans-fans Korea di Indonesia yang awalnya hanya mengenal drama-drama Korea kini jadi berkembang ke musiknya sehingga bermunculanlah fans-fans yang akhirnya membuat idola mereka melirik Indonesia dan mengadakan Konser di Indonesia. Dimulai dari Rain yang datang menggelar konsernya kemudian disusul dengan kedatangan *2pm*, *Super Junior* sampai akhirnya *SM-Town*.

Drama Korea menjadi salah satu ikon yang sangat memberikan pengaruh besar terhadap tersebarnya budaya populer Korea di berbagai Negara yang saat ini masih menunjukkan eksistensinya bahkan memunculkan penggemar-penggemar baru dari berbagai kalangan remaja maupun orang dewasa. Kesuksesan drama Korea tidak terlepas dari kreatifitas dan imajinasi yang dikembangkan oleh para pekerja seni. Drama Korea merupakan suatu cerita atau miniseri yang menggambarkan

kehidupan masyarakat Korea yang di produksi oleh orang-orang Korea Selatan. Drama Korea berbentuk cerita bersambung yang biasanya terdiri dari 16 episode sampai dengan 20 episode. Dimana setiap episode berdurasi 50 menit hingga 60 menit. sehingga menonton drama Korea bisa menyita cukup banyak waktu.

Pecinta Korea di Indonesia didominasi oleh kalangan remaja. Tak terkecuali Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik tidak sedikit dari mereka yang biasa berkumpul dan bercerita seputar Drama Korea yang mereka tonton, terdapat pula mahasiswa yang sering mengunggah seputar drama Korea di sosial media. Mahasiswa juga cenderung menghabiskan waktu luangnya untuk menonton drama Korea apalagi mereka dapat dengan mudah menonton melalui laptop maupun *handphone*. Drama Korea memang lebih banyak disukai oleh perempuan namun tidak jarang ditemui laki-laki yang juga gemar menonton drama Korea di kalangan Mahasiswa Fisip Unhas. Jika mereka mulai menonton drama pada episode pertama dan tertarik dengan alur ceritanya, maka kemungkinan besar penonton tersebut akan melanjutkannya ke episode selanjutnya hingga selesai. Bahkan penonton tersebut bisa kecanduan jika sudah mulai tertarik dengan drama Korea.

Berdasarkan Uraian tersebut diatas, maka Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Drama Korea (Studi Motivasi di Kalangan Mahasiswa Fisip Unhas Terhadap Budaya Populer Korea)”**

1.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bukanlah penelitian satu-satunya yang pernah dilakukan sebelumnya, Terdapat beberapa Penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang Budaya Populer Korea. Dalam Penelitian ini Peneliti memilih empat Penelitian Terdahulu yang Relevan.

Pertama, Penelitian Oleh Windy (2012) yang berjudul “Budaya Populer dan Gaya Hidup Sebagai Komunikasi (Studi pada Komunitas WCC Korea *Lovers* di Salatiga)” yang menjelaskan Bahwa Globalisasi menghadirkan ketergantungan antara bangsa dan antar manusia dari seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, media dan bahkan budaya Populer. Salahsatu Fenomena yang terjadi sebagai akibat dari globalisasi adalah Korea *Lovers*. Remaja cenderung meniru gaya hidup dari idolanya agar dapat diakui oleh orang sekitar sebagai identitasnya. Kebanyakan dari mereka yang memiliki pola pikir dan gaya hidup yang sama kerap membentuk suatu komunitas yang terdiri dari anak-anak yang merupakan penggemar hiburan Korea. Dalam Penelitian ini ditemukan bahwa Identitas diri dari setiap Informan sebagai komunikasi budaya yang terbentuk dari budaya pop dan gaya hidup dari anggota komunitas WCC Korea *Lovers* terwujud berdasarkan interaksi mereka terhadap orang lain atau orang disekitarnya, baik keluarga, teman, maupun masyarakat umum. Melalui proses pemikiran yang memperkuat pemaknaan tiap informan terhadap simbol verbal dan non verbal. Mereka juga menganggap Identitas sebagai Pemuasan diri agar dapat diakui oleh orang di sekitar mereka.

Kedua, Penelitian Oleh Rezhita dkk. (2016) dengan Judul “Fenomenologi Televisi dan Media Sosial Dalam Menyikapi Budaya Pop Korea di Kalangan Remaja Makassar” yang membahas mengenai Fenomena Hiburan *Korean Wave* yang menyebar dan digandrungi oleh para remaja diseluruh Dunia, tidak terkecuali Indonesia Adapun hasil Penelitian menunjukkan bahwa dalam mengakses Konten-konten budaya pop Korea seperti Musik Video, Drama, dan *variety show*, remaja di Kota Makassar menggunakan media televisi dan media sosial, Namun penggunaan media sosial lebih intens daripada penggunaan media televisi. Media sosial juga digunakan untuk mencari informasi terbaru seputar Idola yang disukai dan juga digunakan untuk berinteraksi dengan sesama penggemar budaya pop Korea. Intensitas penggunaan media sosial yang sangat tinggi untuk mencari konten budaya pop Korea di Kalangan Remaja Di Kota makassar mempengaruhi sikap dan perilaku dalam berbagai macam fenomena seperti mengoleksi Album dan Aksesoris yang berkaitan dengan Idola mereka, menabung untuk membeli tiket Konser yang mengubah gaya hidup mereka.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan Oleh Velda Ardia dengan Judul “Drama Korea dan Budaya Populer” Penelitian tersebut berfokus pada perkembangan budaya Korea di Indonesia akibat globalisasi media dimana pada Tahun 2010 hingga 2013 penyebaran drama korea melalui media televisi tersebut sangat mempengaruhi Masyarakat Indonesia. Dalam Penelitian ini diketahui bahwa Hegemoni drama Korea di Indonesia memberikan pengaruh terhadap peningkatan ekonomi dan kunjungan

wisata ke Korea. Dampak dari sektor pariwisata terlihat meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara yang datang untuk berkunjung ke Korea. Semakin populer dan menyebarnya Produk-produk khas Korea dari segi Elektronik, kuliner, pakaian, peralatan, dan lain-lain. Citra dari Negara Korea Selatan semakin membaik di mata dunia, mereka berhasil menyebarkan Identitasnya melalui budaya populernya.

Keempat, Penelitian Oleh Galuh (2019) dengan judul “ *Korean Wave* (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar *K-pop* di Semarang). Dimana dalam penelitiannya dijelaskan bahwa Globalisasi telah melahirkan budaya populer yang mengakibatkan terjadinya penyerapan budaya-budaya yang diperoleh dari kehadiran media global yang kemudian secara tidak sadar kita terima dan diadopsi secara luas. Budaya populer *Korean Wave* atau *Hallyu*. Sebaran yang menggambarkan gelombang korea yang berkembang pesat dan luas keseluruh penjuru dunia. *K-Drama* adalah Produk dari Industri Hiburan Korea Selatan yang pertama kali sukses dan membuka pintu bagi *K-pop* yang mendapat Julukan “*The Second Wave*”. Popularitas *Kpop* lambat laun mengikuti Kdara yang sudah terlebih dahulu sukses di dunia global. Produk Budaya Populer Korea ini seringkali disebut sebagai wujud pencampuran antara budaya timur dan budaya barat. Untuk menarik perhatian masyarakat internasional, terdapat unsur-unsur budaya Barat di dalamnya tetapi tidak menghilangkan unsur Ke Koreaan yang juga menjadi daya tarik tersendiri. Persebaran *Korean Wave* tanpa adanya

kontak fisik sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan *Korean Wave* memiliki keunikan tersendiri sehingga menarik perhatian masyarakat.

Berdasarkan hasil tinjauan penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa penelitian yang terkait motivasi terhadap budaya populer Korea masih belum banyak ditemukan. Kebanyakan dari penelitian terdahulu membahas seputar penyebaran dan masuknya budaya populer Korea di Indonesia serta pengaruhnya terhadap kehidupan masyarakat. Penelitian yang penulis laksanakan berfokus kepada motivasi atau dorongan yang menyebabkan mahasiswa tertarik dalam menggemari drama Korea yang merupakan salahsatu unsur budaya populer yang disebarkan oleh Korea. Penulis akan mencari tahu lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang tersebut peneliti menetapkan Rumusan Masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Motivasi Mahasiswa Fisip Universitas Hasanuddin dalam Menyukai Budaya Populer Korea ?
2. Bagaimana Konsekuensi yang dialami Mahasiswa Fisip dalam mengkonsumsi Unsur budaya populer Korea ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mendeskripsikan motivasi Mahasiswa Fisip Unhas menyukai budaya populer Korea.

2. Untuk Mendeskripsikan konsekuensi yang dialami Mahasiswa Fisip Unhas dalam mengkonsumsi unsur budaya populer Korea.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut :

Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan terkait dengan perkembangan Kebudayaan yang modern khususnya seputar fenomena budaya populer Korea.

Sedangkan secara praktis, penelitian ini disamping sebagai salahsatu syarat untuk memenuhi tugas akhir dalam program strata satu (S1) program studi Antropologi Sosial Fakultas ilmu sosial dan ilmu Politik Universitas Hasanuddin dan diharapkan dapat menjadi acuan di bidang penelitian yang sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Motivasi

Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu (Sciffman, Kanuk dan Wiseblit, 2010). Proses motivasi dipicu oleh adanya kebutuhan yang dirasakan belum terpenuhi dalam diri seseorang yang kemudian kebutuhan tersebut menimbulkan suatu tekanan (*tension*) untuk mendorong individu untuk berusaha menghilangkan tekanan yang bersangkutan. Motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi muncul disebabkan karena adanya motif atau alasan seseorang dalam melakukan sesuatu yang ada didalam diri sebagai akibat interaksi manusia dan situasi atau kebutuhan (*needs*). Dengan demikian dapat dikatakan motivasi sebagai daya pendorong dalam berbuat atau bertingkah laku untuk tujuan tertentu.

Hamzah (2008:3) menjelaskan istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat didalam diri individu yang menyebabkan individu tersebut berbuat atau bertindak. Motif dapat diamati secara langsung tetapi dapat diinterpretasikan dalam tingkah lakunya berupa rangsangan dorongan, atau pembangkit tenaga munculnya suatu tingkah laku tertentu. Oemar Hamalik (2004;173) menjelaskan bahwa motivasi dapat berupa dorongan-dorongan dasar atau

internal intensif diluar individu atau hadiah sehingga motivasi adalah proses membangkitkan, mempertahankan dan mengontrol minat-minat.

Suhardi (2013) membagi motivasi dalam 2 (dua) jenis yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik.

1. Motivasi Intrinsik

Motivasi Instrinsik adalah motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang dan terkadang muncul tanpa pengaruh apa pun dari luar. Orang yang termotivasi secara instrinsik akan lebih mudah terdorong dalam mengambil tindakan. Bahkan mereka bisa memotivasi dirinya sendiri tanpa perlu motivasi dari orang lain. Semuanya terjadi karena terdapat prinsip tertentu yang mempengaruhi mereka.

Menurut Taufik (2007), faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi intrinsik yaitu :

a. Minat

Minat berarti memiliki rasa suka atau berkeinginan pada suatu tanpa pengaruh dari orang lain.

b. Kebutuhan

Seseorang melakukan sesuatu kegiatan atau aktivitas karena adanya faktor-faktor kebutuhan secara biologis ataupun Psikologis.

c. Harapan

Seseorang yang memiliki cita-cita atau suatu keinginan dalam diri yang Ingin dicapai, menganggap keberhasilan dan harga diri meningkat sehingga ingin mencapai suatu tujuan.

2. Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik merupakan kebalikan dari motivasi instrinsik yang artinya muncul karena adanya pengaruh dari lingkungan luar . Motivasi ini memiliki pemicu untuk membuat orang termotivasi. Pemicu bisa berupa jabatan, uang, intensif, hadiah, pujian dan sebagainya. Motivasi ekstrinsik dapat membuat seseorang bisa berubah pikiran dari yang awalnya tidak ingin menjadi ingin berbuat sesuatu. (Suhardi,2013).

Menurut Taufik (2007), faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi ekstrinsik yaitu :

a. Dorongan keluarga

Keluarga merupakan lingkungan pendidikan yang pertama dan utama dikarenakan di keluargalah seorang anak pertama kali menerima didikan serta bimbingan dan kehidupan seorang anak sebagian besar dijalani dalam suatu keluarga sehingga dari keluarga dapat mempengaruhi perilaku individu.

b. Lingkungan

Lingkungan merupakan suatu tempat dimana seseorang tinggal sehingga lingkungan dapat memberikan pengaruh seseorang dapat termotivasi untuk melakukan sesuatu hal.

c. Media

Di era globalisasi ini hampir setiap saat kita habiskan untuk melihat informasi melalui media seperti *handphone*, tomputer, Televisi dan media lainnya sehingga media dapat menjadi faktor yang sangat

berpengaruh terhadap seseorang dalam melakukan atau menyukai sesuatu.

Motivasi memiliki tujuan untuk menggerakkan seseorang agar muncul keinginan dan kemauan untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil dan mencapai tujuan karena setiap tindakan motivasi seseorang memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tindakan memotivasi akan berhasil apabila tujuannya jelas dan didasari oleh yang dimotivasi. Oleh sebab itu, setiap orang yang akan memberikan motivasi pada seseorang harus mengenal dan memahami dengan benar latar belakang kehidupan, kebutuhan serta kepribadian dari orang yang akan dimotivasi. (Taufik,2007).

2.2 Kebudayaan

Kebudayaan berasal dari bahasa sansekerta *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* yang memiliki arti budi atau akal. Sehingga hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal diartikan sebagai kebudayaan. Kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks yang didalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, moral, adat istiadat dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. Menurut Koentjaraningrat (1985:180), Kebudayaan adalah keseluruhan dari sistem gagasan, tindakan serta hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik manusia dengan belajar.

Menurut J.J. Hoenigman (dalam Saebani, 2012 : 166) wujud kebudayaan dibedakan menjadi tiga, yaitu ;

1) Gagasan (Wujud Ide)

Wujud ide kebudayaan adalah kumpulan-kumpulan ide, gagasan, norma-norma, nilai, peraturan dan lain sebagainya yang bersifat abstrak, tidak dapat diraba atau disentuh. Wujud kebudayaan ini terletak dalam kepala-kepala atau di alam pemikiran warga masyarakat. Jika masyarakat tersebut menyatakan gagasan mereka tersebut dalam bentuk tulisan, maka lokasi dari kebudayaan ideal itu berada dalam karangan dan buku-buku hasil karya para penulis warga masyarakat.

2) Aktivitas (Tindakan)

Aktivitas adalah wujud kebudayaan sebagai suatu tindakan yang berpola dalam masyarakat itu. Wujud ini sering pula disebut dengan sistem sosial. Sistem sosial ini terdiri dari aktivitas-aktivitas manusia yang saling berinteraksi, mengadakan kontak, serta bergaul dengan manusia lainnya menurut pola tertentu yang berdasarkan adat tata kelakuan, sifatnya konkret, terjadi dalam kehidupan sehari-hari, dan dapat diamati dan didokumentasikan.

3) Artefak (Karya)

Artefak merupakan wujud kebudayaan fisik yang menjadi hasil dari aktivitas, perbuatan, dan karya semua manusia dalam masyarakat berupa benda-benda atau berkaitan dengan hal-hal yang dapat diraba, dilihat, dan didokumentasikan. Sifatnya paling konkret diantar ketiga wujud kebudayaan.

Dalam kehidupan masyarakat, antara wujud kebudayaan yang satu dengan lainnya tidak dapat dipisahkan. Sebagai contoh : wujud Ideal kebudayaan mengatur dan memberikan arah kepada tindakan (aktivitas) dan karya (artefak) manusia.

Menurut J.J. Hoenigman (dalam Saebani, 2012 : 166) berdasarkan wujudnya, kebudayaan dapat digolongkan atas dua komponen utama :

1) Kebudayaan Material

Kebudayaan material merupakan kebudayaan yang mengacu pada semua ciptaan masyarakat yang konkret atau nyata. Temuan-temuan yang dihasilkan dari suatu penggalian arkeologi termasuk dalam kebudayaan material seperti perhiasan, mangkuk tanah liat, senjata dan seterusnya. Kebudayaan material juga mencakup barang-barang seperti pakaian, televisi, mesin cuci, dan pesawat.

2) Kebudayaan nonmaterial

Kebudayaan nonmaterial adalah ciptaan-ciptaan abstrak yang diwariskan dari generasi ke generasi seperti halnya dongeng dan cerita rakyat.

2.3 Budaya Populer

Budaya populer merupakan budaya yang lahir karena keterkaitan dengan media. Artinya, media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan mengadopsinya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Populer yang dimaksud tidak lepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa terhadap publik yang

bertindak sebagai konsumen. (Strinati,2007) mengemukakan bahwa budaya lahir atas kehendak media dan perilaku konsumsi masyarakat dimana media memiliki peran untuk menyebarkan informasi untuk mempopulerkan suatu produk budaya. Sehingga apapun yang diproduksi oleh media akan diterima oleh publik sebagai budaya bahkan bisa menjadi panutan masyarakat.

Budaya populer adalah budaya yang disukai oleh orang banyak. Menurut Williams kata “pop” diambil dari kata “populer” dan memaknainya sebagai budaya yang banyak disukai orang dan karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang. (Storey 2003:10). Istilah budaya populer (*culture popular*) sendiri mengacu pada “*culture of the people* (budaya orang-orang atau masyarakat). Oleh sebab itu, pengkaji budaya melihat budaya yang hidup (*lived culture*) dari serangkaian artefak budaya yang kebanyakan orang temui dalam kehidupan sehari-hari.

Hedbigge dalam (Subandi 2011:xxvii), memandang budaya populer sebagai sekumpulan artefak yang ada seperti acara televisi, film, drama, pakaian, dan sebagainya.

Budaya populer menurut Storey (2008:49) memiliki ciri-ciri diantaranya sebagai berikut :

1. *Trend*, sebuah budaya yang menjadi *trend* dan diikuti atau disukai oleh orang banyak yang berpotensi lebih besar untuk diangkat menjadi budaya populer.
2. Keseragaman bentuk, sebuah ciptaan manusia yang menjadi tren akhirnya diikuti oleh banyak penjiplak sehingga Karya tersebut

menjadi pionir bagi karya-karya lain yang berciri sama, sebagai contoh genre musik pop adalah genre musik yang notasi nada tidak terlalu kompleks, lirik lagunya sederhana dan mudah diingat.

3. Adaptabilitas, sebuah budaya populer mudah dinikmati dan diadopsi oleh khayalak, hal ini mengarah pada *trend*.
4. Durabilitas, sebuah budaya populer akan dilihat berdasarkan durabilitas menghadapi waktu.

Peran media pada budaya populer sangatlah besar karena melalui media adalah berbagai budaya seperti musik, film, animasi dan masih banyak lagi bisa kita akses dan dinikmati. Budaya populer lebih sulit untuk dijelaskan daripada menjalaninya karena budaya populer adalah budaya yang sehari-hari kita jalani seperti menonton televisi, mendengarkan musik, berpakaian, makanan dan minuman yang dikonsumsi. Semuanya itu merupakan bagian dari budaya populer.

2.4 Budaya Populer Korea

Kajian tentang budaya populer tidak lepas dari peranan Amerika Serikat yang memproduksi dan menyebarkan budaya populer mereka yang mengakar seperti *Hollywood*. *Music Television (MTV)* serta animasi mereka (*Walt Disney*, dll) namun dalam perkembangannya memunculkan negara-negara yang menjadi pusat budaya populer seperti Jepang, Korea Selatan, Hongkong dan Taiwan (Okirianti,2011) .

Korea Selatan melakukan ekspansi dengan melalui budaya populer dalam bentuk hiburan. Bahkan Amerika Serikat yang merupakan pusat penyebaran budaya pop juga terpengaruh oleh penyebaran budaya

populer Korea Tersebut. Hal ini di buktikan dengan banyaknya penggemar *Blackpink* dan *BTS* di Amerika dan bahkan mereka di undang di acara-acara tv terkenal di Amerika Serikat. Bukan hanya musik tetapi drama dan film Korea juga mulai masuk ke Amerika terbukti dengan film "*Parasite*" asal negeri ginseng tersebut berhasil meraih 4 penghargaan dalam ajang bergengsi piala Oscar.

Masuknya gelombang Korea di Indonesia diawali dengan munculnya beberapa drama korea yang ditayangkan di siaran televisi swasta Indonesia. Dalam drama Korea tersebut biasanya *soundtracknya* dinyanyikan oleh penyanyi Korea yang merupakan member salahsatu grup idola di sana. Misalkan dengan populernya drama *Boys Before Flower*, *soundtraknya* juga ikut terkenal karena dinyanyikan oleh boyband dan girlband Korea seperti *Shinee*, *Kara*, *SS501*. Lalu bermunculanlah fans-fans Korea di Indonesia yang awalnya hanya mengenal drama-drama Korea kini jadi berkembang ke musiknya sehingga bermunculanlah fans-fans yang akhirnya membuat idola mereka melirik Indonesia dan mengadakan konser di Indonesia. Dimulai dari Rain yang datang menggelar konsernya kemudian disusul dengan kedatangan 2pm, Super Junior sampai akhirnya SM-Town.

Budaya populer Korea di Indonesia semakin berkembang hingga saat ini dikarenakan berbagai boygrup dan girlgrup Korea generasi ketiga seperti *BTS*, *Blackpink*, *Twice*, *NCT*, *Red Velvet*, *StrayKids* dan grup-grup lainnya yang disukai oleh penggemar Korea di Indonesia. Bukan hanya musik (*Kpop*) yang mendominasi budaya populer Korea saat ini tetapi

juga drama-drama Korea (*KDrama*) seperti *The Heirs*, *DOTS*, *Sky Castle*, *Crash Landing On You*, *The World Of The Married*, *Start Up* dan drama Korea lainnya yang bahkan di tonton oleh mereka yang bukan penggemar Korea. Hal ini menjadi acuan budaya populer Korea mempertahankan eksistensinya di Indonesia.

Dalam konsep budaya, budaya populer yang disebarkan oleh Korea berada dalam dimensi konkret atau nyata yang terwujud dalam artefak-artefak budaya seperti lagu, drama, film, variety show, Makanan dan bahasa. Sedangkan dimensi abstraknya berupa nilai, norma, makna, tradisi, kepercayaan secara tidak langsung terkandung dalam artefak budaya tersebut. budaya populer Korea yang diterima oleh penggemar-penggemar di Indonesia masih terbatas pada dimensi konkret, yang menerima musik, drama , film dan artis-artis Korea.

2.5 Drama

Drama berasal dari bahasa Yunani *dran* yang memiliki arti bertindak atau berbuat (*action*). Drama merupakan suatu pertunjukan yang menampilkan cerita mengenai kehidupan atau karakter dari seseorang yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi. Dengan demikian sebuah drama biasanya menampilkan pemain yang memerankan karakter atau tokoh tertentu. Suatu drama akan menceritakan kehidupan dari para tokohnya.

Moulton dalam Harymawan (1986:1). Menjelaskan bahwa drama merupakan hidup yang dipresentasikan dalam gerak (*life presented in*

action). Drama merupakan cerminan dari kehidupan yang terjadi, baik tingkah laku, gerak, ataupun sikap manusia. Jadi, terdapat beberapa aspek kehidupan manusia, realita alam, dan sosial yang menjadi acuan di dalam sebuah drama. Sehingga drama merupakan suatu karya sastra yang kompleks. Drama menjadi begitu dinikmati sebagai suatu hiburan yang menggambarkan pengalaman dalam kehidupan seseorang yang dapat kita lihat diberbagai media seperti televisi. Contohnya adalah sinetron (Sinema elektronik) dan film.

Verhagen dalam Herymawan (1986:2), menjelaskan bahwa drama merupakan kesenian yang menggambarkan sifat dan sikap manusia dengan gerak sehingga drama dikatakan sebagai seni dalam gerak karena dalam drama pengarang menggambarkan setiap kejadian yang mereka dapatkan berdasarkan dari pengamatan yang mereka alami di kehidupan sekitarnya. Drama merupakan perwujudan dari kehidupan manusia dimana drama menggambarkan tentang kehidupan konkret manusia yang dijalani atau dialami sehari-hari.

Menurut Toyhidin (2013), unsur-unsur drama terdiri dari :

1. Unsur-unsur Instrinsik
 - a) Tema merupakan ide pokok atau gagasan utama dalam sebuah drama
 - b) Alur merupakan jalan cerita dari sebuah drama mulai dari awal hingga akhir.
 - c) Tokoh drama terdiri dari tokoh utama atau peran utama yang disebut primadona sedangkan peran pembantu disebut figuran.

- d) Latar atau setting merupakan gambaran tempat, waktu dan situasi peristiwa dalam cerita,
- e) Adegan merupakan perubahan peristiwa ditandai dengan pergantian tokoh atau latar.
- f) Konflik merupakan pertentangan atau masalah yang ada didalam drama.
- g) Dialog merupakan percakapan antara dua tokoh atau lebih.
- h) Amanat merupakan pesan atau nilai-nilai yang ingin disampaikan pengarang kepada penonton melalui peran dari para tokoh.

2. Unsur-unsur ekstrinsik

Unsur ekstrinsik dalam drama merupakan unsur-unsur pendukung jalannya sebuah drama yang terdiri dari : lagu latar, pimpinan produksi , sutradara, tim kreatif, penata rias, kostum dan juga dapat berupa faktor-faktor yang saat ini tengah berkembang dalam masyarakat seperti perkembangan ekonomi, teknologi serta tingkat pendidikan.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur drama meliputi unsur instrinsik dan unsur ekstrinsik, unsur-unsur instrinsik adalah berbagai unsur yang secara langsung terdapat dalam naskah drama sedangkan unsur ekstrinsik merupakan hal-hal yang membentuk drama dari luar naskah drama.

2.6 Konsekuensi

Konsekuensi adalah hasil akhir atau dampak dari suatu perbuatan jika hal tersebut dilakukan. Dampak yang dihasilkan ini bisa bersifat positif atau negatif terhadap orang, benda, kondisi, sistem dll. Sehingga konsekuensi merupakan hal-hal yang muncul apabila kita melakukan sesuatu hal tertentu. Istilah konsekuensi adalah hal-hal yang muncul atau timbul sebagai akibat atas pilihan perbuatan atau keputusan.

Dalam kaitannya dengan inovasi, konsekuensi adalah perubahan yang terjadi pada individu atau sistem sosial sebagai akibat dari mengadopsi atau menolak suatu inovasi (Rogers, 2003:436). Konsekuensi dari pengadopsian sebuah inovasi yaitu berupa invensi (pembaharuan) dan difusi (perubahan) yang menjadi tujuan yang ingin dicapai. Konsekuensi fungsional adalah akibat-akibat dari penyebaran suatu inovasi dalam suatu sistem sosial yang sesuai dengan keinginan dari pengadopsi. Akibat-akibat itu memiliki konotasi yang positif. Sebaliknya konsekuensi disfungsional adalah akibat-akibat dari pengadopsian inovasi yang tidak diinginkan oleh pengadopsi.