

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	8
BAB II LANDASAN TEORITIS	
2.1 Tinjauan Teori Hegemoni Budaya (Antonio Gramsci)	
2.1.1 Konsep Hegemoni Antonio Gramsci	10
2.1.2 Konsep Kunci Teori Hegemoni	13
2.1.3 <i>Counter Hegemony</i> (Konfrontasi terhadap Hegemoni)	25
2.2 Teori Budaya	
2.2.1 Pengertian Budaya	26
2.2.2 Budaya Massa dan Budaya Populer	30
2.2.3 Industri Budaya (Theodor Antonio)	35
2.2.4 Fenomena <i>Korean Wave (Hallyu)</i>	37
2.3 Teori Globalisasi	
2.3.1 Pengertian Globalisasi	42
2.3.2 Proses Terjadinya Globalisasi	45
2.3.3 Globalisasi Budaya	46
2.4 Cinta Tanah Air	

2.4.1	Konsep Rasa Cinta Tanah Air	49
2.4.2	Bangga terhadap Produk, Budaya dan Seni Negara Sendiri sebagai Bentuk Kecintaan kepada Tanah Air	51
2.5	Tinjauan Umum Remaja	
2.5.1	Remaja dan Karakteristik Umum Perkembangannya	53
2.5.2	Remaja dan Sosial-Budaya	54
2.6	Penelitian Terdahulu	
2.6.1	Hegemoni Budaya Pop Korea Pada Komunitas <i>Korea Lovers</i> Surabaya (KLOSS) oleh Afidatul Ulum Al Amroshy dan Ali Imron	56
2.6.2	Hybridity and the rise of Korean Popular Culture in Asia oleh Doobo Shim	56
2.6.3	Reading the ‘Korean Wave’ as a Sign of Global Shift oleh Cho Hae-Joang	57
2.6.4	Globalization, or The Logic of Cultural Hybridation: The Case of the Korean Wave oleh Woongjae Ryoo	58
2.6.5	Korean Wave as Tool for Korea’s New Cultural Diplomacy oleh Gunjoo Jang dan Won K. Paik	58
2.6.6	A Theory of Soft Power and Korea’s Soft Power Strategy oleh Geun Lee	59
2.6.7	Di Antara Pusaran Gelombang Korea (Menyimak Fenomena K-pop di Indonesia) oleh AG. Eka Wenats Wuryanta	59
2.6.8	Strategi Meningkatkan Daya Tahan Budaya Lokal dalam Menghadapi Arus Globalisasi oleh A. Safril Mubah	60
2.6.9	Tantangan Globalisasi terhadap Pembinaan Wawasan Kebangsaan dan Cinta Tanah Air di Sekolah oleh Dasim Budimansyah	60
2.6.10	Pengaruh Budaya K-pop terhadap Nasionalisme Remaja oleh Winda Pradini	61
2.7	Alur Pikir	62

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	64
-----	-------------------------	----

Afifah Annuraini, 2016

PENGARUH HEGEMONI BUDAYA KOREAN WAVE (HALLYU) TERHADAP RASA CINTA TANAH AIR REMAJA DI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2	Partisipan	65
3.3	Populasi dan Sampel	
3.3.1	Populasi Penelitian	65
3.3.2	Sampel Penelitian	66
3.4	Instrumen Penelitian	
3.4.1	Sumber Data	69
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	69
3.4.3	Instrumen Penelitian	70
3.5	Prosedur Penelitian	75
3.6	Analisis Data	
3.6.1	Rancangan Analisis Data	77
3.6.2	Analisis Data Deskriptif	78
3.6.3	Analisis Data Kuantitatif dan Pengujian Hipotesis	79
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Temuan Penelitian	
4.1.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	82
4.1.2	Karakteristik Responden	92
4.1.3	Analisis Data Variabel Penelitian	93
4.1.4	Analisis Data Regresi dan Pengujian Hipotesis	116
4.2	Pembahasan	
4.2.1	Gambaran Umum Hegemoni Budaya <i>Korean Wave</i>	121
4.2.2	Besarnya Rasa Cinta Tanah Air Remaja (Penggemar Budaya Pop Korea) Bandung	131
4.2.3	Pengaruh Hegemoni Budaya <i>Korean wave</i> terhadap Rasa Cinta Tanah Air Remaja di Bandung	132
4.2.4	Implikasi Penelitian terhadap Pembelajaran Sosiologi	135
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		
5.1	Simpulan	138
5.2	Implikasi dan Rekomendasi	139
DAFTAR PUSTAKA		142
INDEKS		146

LAMPIRAN

Afifah Annuraini, 2016

PENGARUH HEGEMONI BUDAYA KOREAN WAVE (HALLYU) TERHADAP RASA CINTA TANAH AIR REMAJA DI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Fandom di Bandung.....	3
Tabel 3.1 Data Fandom di Bandung.....	66
Tabel 3.2 Data Fandom Pilihan di Bandung.....	67
Tabel 3.3 Persebaran Responden Penelitian.....	68
Tabel 3.4 Skala Likert.....	71
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel.....	72
Tabel 3.6 Kriteria Penilaian Prosentase/Skor.....	81
Tabel 4.1 Kegiatan Fandom Penggemar Korea Budaya Pop Korea.....	86
Tabel 4.2 Usia.....	92
Tabel 4.3 Lama Menyukai Budaya Pop Korea.....	92
Tabel 4.4 Jenis Kelamin dan Profesi.....	93
Tabel 4.5 Pernyataan “Menonton Hallyu (Drama Korea dan K-pop) Hanya untuk Waktu Mengisi Waktu Senggang Saja”.....	97
Tabel 4.6 Pernyataan “Merasa Bosan Apabila Berteman dengan Teman Bukan Penggemar Korea”.....	100
Tabel 4.7 Pernyataan “Selalu Membandingkan Teman Penggemar Korea dengan Teman Bukan Penggemar Korea”.....	100
Tabel 4.8 Pernyataan “Menganggap Hallyu adalah Segalanya”.....	104
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	117
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas.....	118
Tabel 4.11 Regresi Linier Sederhana.....	119
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linier Model Summary.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian	62
Gambar 3.1 Hubungan Variabel Independen (X) dengan Variabel Dependen (Y).71	
Gambar 4.1 Peta Tempat Kegiatan Komunitas Penggemar Korea di Bandung (Miko Mall).....	82
Gambar 4.2 Peta Tempat Kegiatan Komunitas Penggemar Korea di Bandung (Festival Citylink).....	83
Gambar 4.3 Peta Tempat Kegiatan Komunitas Penggemar Korea di Bandung (Braga Citywalk).....	83
Gambar 4.4 Peta Tempat Kegiatan Komunitas Penggemar Korea di Bandung (Be Mall).....	84
Gambar 4.5 Peta Tempat Kegiatan Komunitas Penggemar Korea di Bandung (Gedung Rumentang Siang).....	84
Gambar 4.6 Peta Tempat Kegiatan Komunitas Penggemar Korea di Bandung (Auditorium RRI Bandung).....	85
Gambar 4.7 Peta Tempat Kegiatan Komunitas Penggemar Korea di Bandung (Metro Indah Mall).....	85
Gambar 4.8 Logo Super Junior Fandom.....	87
Gambar 4.9 Logo Monsta X Fandom.....	88
Gambar 4.10 Logo BTS Fandom.....	89
Gambar 4.11 Logo Ikon Fandom.....	90
Gambar 4.12 Logo Exo Fandom.....	91
Gambar 4.13 Skema Hegemoni Budaya <i>Korean Wave</i>	130

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Media Massa sebagai Media Hegemoni Budaya.....	94
Diagram 4.2 Komunitas sebagai Kaum Intelektual dalam Penyebaran Hegemoni Budaya <i>Korean Wave</i>	95
Diagram 4.3 Intensitas Konsumsi Budaya Pop Korea.....	96
Diagram 4.4 Komunikasi (Bahasa).....	98
Diagram 4.5 Relasi Sosial.....	99
Diagram 4.6 Membanding-bandingkan Budaya.....	101
Diagram 4.7 <i>Image</i> Positif (Bangga) terhadap Budaya Korea.....	102
Diagram 4.8 Perubahan Pola Pikir dan Gaya Hidup.....	103
Diagram 4.9 Kekaguman akan Budaya Pop Korea.....	104
Diagram 4.10 Internalisasi Budaya Korea.....	105
Diagram 4.11 Hegemoni Tandingan (<i>Counter Hegemony</i>).....	106
Diagram 4.12 Cinta dan Bangga Produk Dalam Negeri.....	108
Diagram 4.13 Mengenang dan Menghargai Jasa Pahlawan dengan Tidak Melupakan Budaya Sendiri.....	109
Diagram 4.14 Menghormati Simbol Negara.....	110
Diagram 4.15 Membantu Mewujudkan Ketertiban dan Ketentraman Bangsa 111	
Diagram 4.16 Melestarikan Budaya Sendiri.....	112
Diagram 4.17 Komitmen Diri.....	113
Diagram 4.18 Khawatir akan Dampak Globalisasi.....	114
Diagram 4.19 Identitas Diri.....	115
Diagram 4.20 Upaya Kesetiaan terhadap Dua Budaya.....	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing Skripsi dan Lembar Bimbingan Penulisan Skripsi

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

Lampiran 3 Kisi-kisi dan Angket Penelitian

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y

Lampiran 5 Data Jawaban Angket Responden (*Coding*)

Lampiran 6 Hasil Transformasi Data Ordinal menjadi Interval (MSI)

Lampiran 7 Hasil Analisis Data

Lampiran 8 Dokumentasi

