

Hubungan Tayangan *Channel Youtube Kimbab Family* dengan Minat Belajar Bahasa Korea pada *Subscribers*

Haya Khalilah Ulya*, Yulianti

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*hayakhalilahu@gmail.com, yulianti@unisba.ac.id

Abstract. Youtube is one of the popular social media that can be used to share information and entertainment. Along with the times, now YouTube can be used as a learning medium, especially language, as done by Gina Selvina and Yeon Seung Jay as content creators behind the Kimbab Family youtube channel. Both are husband and wife who have different nationalities, namely Indonesia and Korea. Most of the video content uses a combination of two languages, namely Indonesian and Korean. This study attempts to explain the relationship between the Kimbab Family youtube channel impressions and customer interest in learning Korean. In this study, it was seen from the aspect of media exposure consisting of frequency, attention and duration. The theory used is the stimulus-response theory. Quantitative research methods with a correlational approach are used in this study to test whether there is a relationship between the two variables. Data collection techniques by distributing online questionnaires to respondents. The population in this study was the Kimbab Family youtube channel subscribers, which amounted to 2,000,000 people and the Taro Yamane formula was used so that a sample of 400 respondents was obtained. The results of this study indicate that there is a very strong and unidirectional relationship or positive correlation between the Kimbab Family youtube channel shows and subscriber interest in learning Korean.

Keywords: *Media Exposure, Social Media, Youtube, Interest in Learning*

Abstrak. Youtube adalah salah satu media sosial populer yang dapat digunakan untuk membagikan informasi maupun hiburan. Seiring perkembangan zaman, kini youtube dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran khususnya bahasa, seperti yang dilakukan oleh Gina Selvina dan Yeon Seung Jay selaku content creator dibalik channel youtube Kimbab Family. Keduanya merupakan pasangan suami istri yang memiliki kewarganegaraan yang berbeda yakni Indonesia dan Korea. Sebagian besar konten videonya menggunakan gabungan dua bahasa yakni Bahasa Indonesia dan Bahasa Korea. Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan hubungan antara tayangan channel youtube Kimbab Family dengan minat belajar Bahasa Korea pada subscribers. Dalam penelitian ini dilihat dari segi terpaan media yang terdiri dari frekuensi, atensi dan durasi. Teori yang digunakan adalah teori stimulus-respons. Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional digunakan dalam penelitian ini untuk menguji ada tidaknya hubungan antara kedua variabel. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner online kepada responden. Populasi penelitian ini adalah subscribers dari channel youtube Kimbab Family yang berjumlah 2.000.000 orang dan digunakan rumus Taro Yamane sehingga diperoleh sampel sebanyak 400 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan searah atau korelasi positif antara tayangan channel youtube Kimbab Family dengan minat belajar Bahasa Korea pada subscribers.

Kata Kunci: *Terpaan Media, Media Sosial, Youtube, Minat Belajar*

A. Pendahuluan

Youtube adalah salah satu aplikasi yang berfungsi untuk membagikan suatu informasi maupun hiburan. Pada umumnya, youtube merupakan media sosial yang berfokus untuk berbagi konten media yang dikemas dalam bentuk audio visual (video) secara *online*. Media sosial ialah suatu alat komunikasi yang didalamnya terjadi berbagai kegiatan seperti berbagi informasi, melakukan obrolan dengan pengguna lain sehingga membentuk ikatan sosial antar pengguna secara virtual (Putri & Yulianti, 2020). Berdasarkan data penelitian pada bulan Januari 2021, yang dilaksanakan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite*, youtube menempati urutan pertama sebagai media sosial terpopuler di Indonesia. Youtube unggul dengan menembus angka 93,8 persen atau 170 juta pengguna dari total keseluruhan yakni 181,9 juta pengguna internet direntang usia 16-64 tahun. Selain itu, *We Are Social* dan *Hootsuite* (2021) juga menyebutkan bahwa pengguna internet berusia 16-24 tahun menjadi kalangan yang paling banyak mengakses youtube.

Seiring perkembangan zaman yang kian melaju, kini youtube dapat dimanfaatkan sebagai salah satu platform bisnis oleh sebagian individu maupun kelompok. Individu atau kelompok tersebut dikenal dengan istilah *youtuber* atau *content creator*. Mereka mampu mendapatkan penghasilan hanya dengan mengunggah konten di youtube. Jenis konten video yang dibuat oleh para *content creator* tersebut pun sangat beragam, seperti *travel vlog*, *food vlog*, *music*, *beauty and lifestyle vlog*, *cinematic vlog* dan *daily vlog*. Hal ini juga dilakukan oleh Kimbab Family. Gina Selvina dan Yeon Seung Jay atau lebih akrab disapa Mama Gina dan Appa Jay merupakan salah satu *content creator* dibalik *channel* youtube Kimbab Family. Keduanya merupakan pasangan suami istri yang memiliki kewarganegaraan yang berbeda yakni Indonesia-Korea dan kini mereka memilih untuk menetap di Seoul, Korea Selatan. Dalam *channel* youtube-nya, Mama Gina dan Appa Jay membuat konten video mengenai keseharian keluarganya (*daily vlog*) selama di Korea.

Mujianto (2019: 135) menyebutkan bahwa pemanfaatan youtube sebagai media pembelajaran memiliki peran positif secara signifikan dan dapat meningkatkan minat belajar. Hal tersebut juga diperkuat oleh Lestari (2017: 607) bahwa tayangan video di media sosial youtube dapat dimanfaatkan dan digunakan sebagai salah satu media pembelajaran bahasa.

Belajar bahasa di media sosial kini kian terkenal di masyarakat Indonesia, salah satunya adalah Bahasa Korea. Bahasa Korea ialah salah satu bahasa asing yang populer di Indonesia. Pasalnya banyak pengaruh globalisasi khususnya dalam dunia hiburan yang masuk ke Indonesia, seperti musik, pakaian dan drama korea. Sehingga musik dan drama korea tersebut dapat menyebabkan adanya rasa keingintahuan terhadap budaya dan Bahasa Korea (Zakiah dkk, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana minat belajar Bahasa Korea bukan muncul dari musik maupun drama korea tetapi dari sebuah konten video keseharian atau *daily vlog* di youtube.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana hubungan antara tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan minat belajar Bahasa Korea pada *subscribers*?”. Kemudian, tujuan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan antara frekuensi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan perhatian belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
2. Untuk mengetahui hubungan antara frekuensi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan persepsi belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
3. Untuk mengetahui hubungan antara frekuensi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan keinginan belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
4. Untuk mengetahui hubungan antara atensi tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan perhatian belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
5. Untuk mengetahui hubungan antara atensi tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan persepsi belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
6. Untuk mengetahui hubungan antara atensi tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan keinginan belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
7. Untuk mengetahui hubungan antara durasi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab

- Family dengan perhatian belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
8. Untuk mengetahui hubungan antara durasi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan persepsi belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
 9. Untuk mengetahui hubungan antara durasi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan keinginan belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.

B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih merupakan *subscribers* channel youtube Kimbab Family yang berjumlah 2.000.000 orang.

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan rumus Taro Yamane dan diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 400 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan studi dokumen/pustaka. Kemudian untuk teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut hasil penelitian mengenai hubungan antara tayangan channel youtube Kimbab Family dengan minat belajar Bahasa Korea pada *subscribers* yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut:

Table 1. Hubungan Tayangan Channel Youtube Kimbab Family dengan Minat Belajar Bahasa Korea pada *Subscribers*

Variabel	Rs	Kekuatan Hubungan	A	Sig.	Ket. Hipotesis	Ket. Korelasi
Frekuensi (X1) dan Perhatian (Y1)	0.353	Hubungan Sedang	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan
Frekuensi (X1) dan Persepsi (Y2)	0.419	Hubungan Kuat	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan
Frekuensi (X1) dan Keinginan (Y3)	0.424	Hubungan Kuat	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan
Atensi (X2) dan Perhatian (Y1)	0.518	Hubungan Kuat	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan
Atensi (X2) dan Persepsi (Y2)	0.512	Hubungan Kuat	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan
Atensi (X2) dan Keinginan (Y3)	0.366	Hubungan Sedang	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan
Durasi (X3) dan Perhatian (Y1)	0.491	Hubungan Kuat	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan
Durasi (X3) dan Persepsi (Y2)	0.477	Hubungan Kuat	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan

Durasi (X3) dan Keinginan (Y3)	0.288	Hubungan Sedang	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan
Tayangan <i>Channel Youtube</i> (X) dan Minat Belajar Bahasa (Y)	0.600	Hubungan Sangat Kuat	0.05	0.000	H ₀ ditolak	Signifikan

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini tayangan *channel youtube Kimbab Family* meliputi frekuensi, atensi dan durasi. Sedangkan minat belajar Bahasa Korea meliputi perhatian, persepsi dan keinginan.

Hubungan antara Frekuensi Menonton Tayangan *Channel Youtube Kimbab Family* (X1) dengan Perhatian Belajar Bahasa Korea pada *Subscribers* (Y1)

Penelitian ini menghasilkan bahwa adanya hubungan yang sedang antara frekuensi menonton tayangan *channel youtube Kimbab Family* dengan perhatian belajar Bahasa Korea pada *subscribers*. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan *channel youtube Kimbab Family* memunculkan perhatian para *subscribers* yang disebabkan oleh frekuensi menonton tayangan. Dengan munculnya perhatian akibat dari frekuensi menonton tayangan *channel youtube Kimbab Family* tersebut, maka hal ini memicu pemusatan pikiran dan perasaan senang pada *subscribers*. Menurut Rakhmat (2005) pemusatan pikiran dan perasaan senang merupakan unsur-unsur dari minat. Sehingga munculnya perhatian menjadi awal timbulnya minat para *subscribers* dalam mempelajari Bahasa Korea.

Hubungan antara Frekuensi Menonton Tayangan *Channel Youtube Kimbab Family* (X1) dengan Persepsi Belajar Bahasa Korea pada *Subscribers* (Y2)

Tayangan *channel youtube Kimbab Family* memberikan persepsi baru pada *subscribers* terhadap budaya dan Bahasa Korea. Persepsi baru tersebut terbentuk oleh adanya pengalaman yang diulang. Dalam hal ini pengalaman tersebut merupakan frekuensi menonton tayangan *channel youtube Kimbab Family*. Sesuai yang dinyatakan oleh Rakhmat (2005) bahwa persepsi terbentuk karena adanya penerimaan arti atau makna pada rangsangan sensorik. Penerimaan arti atau makna pada rangsangan sensorik ini menjadi salah satu unsur timbulnya minat. Sehingga hubungan yang kuat antara frekuensi menonton tayangan *channel Kimbab Family* dengan persepsi belajar Bahasa Korea pada *subscribers* dapat diartikan juga bahwa frekuensi berpengaruh kuat terhadap minat dalam hal ini minat belajar Bahasa Korea.

Hubungan antara Frekuensi Menonton Tayangan *Channel Youtube Kimbab Family* (X1) dengan Keinginan Belajar Bahasa Korea pada *Subscribers* (Y3)

Adanya hubungan yang kuat antara frekuensi menonton tayangan *channel youtube Kimbab Family* dengan keinginan belajar Bahasa Korea pada *subscribers*, sejalan dengan teori stimulus respon menurut Morissan (Rahmatina, 2018: 4). Morissan menjelaskan bahwa proses komunikasi yang sederhana meliputi dua komponen yakni media massa dan khalayak (penerima pesan). Di mana media massa memberikan pesan (stimulus) dan kemudian menimbulkan efek (respons) pada khalayak. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa media sosial youtube memberikan pesan (stimulus) melalui tayangan *channel youtube Kimbab Family* yang selanjutnya tayangan tersebut menimbulkan efek (respons) berupa keinginan belajar Bahasa Korea pada *subscribers*. Pada penelitian ini stimulus berupa tayangan memiliki frekuensi. Artinya terjadi penerimaan stimulus secara berkelanjutan yang didapat oleh para *subscribers*.

Hubungan antara Atensi Tayangan *Channel Youtube Kimbab Family* (X2) dengan Perhatian Belajar Bahasa Korea pada *Subscribers* (Y1)

Ardianto (2004) menjelaskan bahwa ketertarikan komunikasi saat menerima atensi tayangan salah satunya ditentukan oleh unsur audio visual. Hal tersebut menjelaskan bahwa hubungan yang kuat antara atensi tayangan *channel youtube* dengan perhatian belajar Bahasa Korea didukung oleh unsur audio visual yang baik pada tayangan *channel youtube Kimbab Family*.

Hubungan antara Atensi Tayangan Channel Youtube Kimbab Family (X2) dengan Persepsi Belajar Bahasa Korea pada Subscribers (Y2)

Hubungan yang kuat antara atensi tayangan channel youtube Kimbab Family dengan persepsi belajar Bahasa Korea pada *subscribers* sejalan dengan teori stimulus respons. Di mana atensi merupakan bagian dari stimulus yang diberikan oleh tayangan *channel* youtube Kimbab Family. Dengan melihat data penelitian atensi yang termasuk kategori sangat baik dalam penelitian ini, maka mampu memberikan stimulus yang sangat baik pula kepada responden/*subscribers*. Disamping itu, persepsi merupakan bagian dari respons yang diberikan oleh *subscribers*. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa persepsi termasuk kedalam kategori tinggi. Sehingga ketika stimulus yang sangat baik dihadapkan respons yang tinggi maka akan menghasilkan hubungan yang kuat.

Hubungan antara Atensi Tayangan Channel Youtube Kimbab Family (X2) dengan Keinginan Belajar Bahasa Korea pada Subscribers (Y3)

Pada penelitian ini menghasilkan hubungan yang sedang dan positif antara atensi tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan keinginan belajar Bahasa Korea pada *subscribers*. Hal tersebut berkaitan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Crow&crow (Djaali, 2008) bahwa keinginan yang merupakan salah satu bentuk minat termasuk kedalam gaya gerak yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam suatu pengalaman. Dalam hal ini pengalaman tersebut dirangsang oleh adanya terpaan tayangan yang memiliki atensi terhadap *subscribers*. Dengan demikian, atensi tayangan *channel* youtube Kimbab Family berhadapan dengan keinginan *subscribers* sehingga menghasilkan minat belajar Bahasa Korea.

Hubungan antara Durasi Menonton Tayangan Channel Youtube Kimbab Family (X3) dengan Perhatian Belajar Bahasa Korea pada Subscribers (Y1)

Durasi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family menerpa responden dan menarik perhatian sehingga menimbulkan minat belajar Bahasa Korea pada *subscribers*. Hal ini didukung oleh pernyataan Slameto (2003) yang menyatakan bahwa minat belajar ditandai dengan adanya kecenderungan dalam memperhatikan dan memahami sesuatu secara terus menerus. Memperhatikan dan memahami sesuatu secara terus menerus dapat menunjukkan bahwa adanya faktor durasi terpaan media dan salah satu bentuk minat yaitu perhatian.

Hubungan antara Durasi Menonton Tayangan Channel Youtube Kimbab Family (X3) dengan Persepsi Belajar Bahasa Korea pada Subscribers (Y2)

Persepsi merupakan salah satu bentuk minat. Syah (2003) menyebutkan bahwa minat belajar dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor internal. Dalam hal ini, persepsi merupakan faktor internal dari aspek psikologis yang membentuk minat belajar. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang kuat antara durasi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan persepsi belajar Bahasa Korea pada *subscribers* maka dapat dipahami bahwa durasi terpaan media dapat mempengaruhi faktor internal dari aspek psikologis yaitu persepsi para responden/*subscribers*.

Hubungan antara Durasi Menonton Tayangan Channel Youtube Kimbab Family (X3) dengan Keinginan Belajar Bahasa Korea pada Subscribers (Y3)

Aspek keinginan sebagai bentuk minat dalam penelitian ini merujuk pada teori yang dikemukakan oleh Slameto (2003) yang menyatakan bahwa munculnya minat belajar ditandai dengan adanya rasa senang terhadap sesuatu yang menarik. Dalam hal ini, para *subscribers* memiliki rasa senang terhadap tayangan *channel* youtube Kimbab Family yang menarik. Durasi terpaan media akan mempengaruhi keinginan *subscribers* yang tercermin pada rasa senang terhadap tayangan *channel* youtube Kimbab Family. Sehingga hal ini mengakibatkan durasi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family membentuk keinginan belajar Bahasa Korea.

Hubungan antara Tayangan Channel Youtube Kimbab Family (X) dengan Minat Belajar Bahasa Korea pada Subscribers (Y)

Dari tabel.1 dapat diketahui bahwa besarnya hubungan tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan minat belajar Bahasa Korea pada *subscribers* adalah sebesar 0,600. Hubungan ini termasuk pada kategori sangat kuat menurut tabel nilai mutlak asosiasi Rakhmat dan Ibrahim (2017: 161). Nilai signifikan yang diperoleh mencapai angka 0,000 artinya signifikansi < 0,05

maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selain itu, arah hubungannya menunjukkan positif karena nilai r positif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi terpaan tayangan *channel* youtube Kimbab Family maka akan semakin tinggi pula minat belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.

Hubungan yang terjadi antara tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan minat belajar Bahasa Korea pada *subscribers* merupakan suatu hubungan yang terjadi melalui *new media* (media baru). Whittaker (Djamarah, 2011: 12) mengatakan bahwa belajar ialah proses tingkah laku yang ditimbulkan melalui suatu pengalaman. Hubungan signifikan yang terjadi antara kedua variabel menghasilkan pengalaman baru antara pengguna (*subscribers*) dengan teknologi media (media sosial youtube). Dalam hal ini pengalaman baru tersebut berupa kecenderungan atau minat *subscribers* untuk mempelajari Bahasa Korea melalui tayangan keseharian (*daily vlog*) yang dibuat oleh Kimbab Family melalui media sosial youtube.

Minat belajar yang timbul dalam diri seseorang bukan hanya berasal dari pengalaman individu tersebut secara langsung. Hal ini merujuk pada Lesilolo (2018) yang menyatakan bahwa minat belajar dalam individu lebih banyak timbul ketika mengamati aktivitas dan perilaku orang lain. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian ini bahwa minat belajar Bahasa Korea dapat timbul ketika *subscribers* mengamati aktivitas dan perilaku para anggota keluarga Kimbab Family melalui tayangan *daily vlog* melalui media sosial youtube. Hal ini juga didukung oleh Khodijah (2014: 50) yang menyebutkan bahwa proses belajar memberikan potensi seseorang dalam bentuk keahlian atau keterampilan yang mengaitkan proses mental internal dan kemudian menyebabkan perubahan sikap yang sifatnya relatif permanen.

Dalam penelitian ini berlaku teori stimulus respons, artinya terjadi proses komunikasi sederhana antara aksi dan reaksi. Menurut Mar'at, stimulus yang diterima dengan baik oleh komunikan akan menimbulkan reaksi berupa kemauan untuk mengubah sikap (Baihaqi, 2014: 32). Di mana tayangan *channel* youtube Kimbab Family sebagai stimulus yang menimbulkan reaksi atau respons yakni minat belajar Bahasa Korea pada *subscribers*. Respons atau reaksi yang dihasilkan tersebut berupa perhatian, persepsi serta keinginan dalam mempelajari Bahasa Korea. Dengan adanya hubungan yang sangat kuat antara tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan minat belajar Bahasa Korea pada *subscribers* maka media sosial youtube dapat dijadikan sebagai media pembelajaran khususnya media pembelajaran Bahasa Korea.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan signifikan yang sedang dan searah antara frekuensi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan perhatian belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
2. Terdapat hubungan yang kuat dan searah atau korelasi positif antara frekuensi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan persepsi belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
3. Terdapat hubungan yang kuat dan searah atau korelasi positif antara frekuensi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan keinginan belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
4. Terdapat hubungan yang kuat dan searah atau korelasi positif antara atensi tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan perhatian belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
5. Terdapat hubungan yang kuat dan searah atau korelasi positif antara atensi tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan persepsi belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
6. Terdapat hubungan signifikan yang sedang dan searah antara atensi tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan keinginan belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.
7. Terdapat hubungan yang kuat dan searah atau korelasi positif antara durasi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan perhatian belajar Bahasa Korea pada *subscribers*.

subscribers.

8. Terdapat hubungan yang kuat dan searah atau korelasi positif antara durasi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan persepsi belajar Bahasa Korea pada *subscribers.*
9. Terdapat hubungan signifikan yang sedang dan searah antara durasi menonton tayangan *channel* youtube Kimbab Family dengan keinginan belajar Bahasa Korea pada *subscribers.*

Sehingga secara keseluruhan penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa Hubungan Tayangan *Channel* Youtube Kimbab Family dengan Minat Belajar Bahasa Korea pada *subscribers* memiliki hubungan yang sangat kuat dan searah atau korelasi positif.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, dosen penguji, pimpinan dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi, pihak Kimbab Family dan para responden yang telah menjadi bagian tak terpisahkan pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, E. (2004). Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Baihaqi, K. (2014). Pengaruh Bentuk Desain Kemasan Teh Botol Sosro Versi Kotak (Tetra Pak) Terhadap Minat Beli Konsumen. Jakarta.
- [3] Dewi, Adinda Salsa Bella Chandra. Rachmawati Indri. (2022). Pengaruh Tayangan Youtube Podcast Deddy Corbuzier terhadap Kepercayaan Penonton pada Vaksin Covid 19. 1 (2). 80-83.
- [4] Djaali. (2008). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- [5] Djamarah, S. B. (2011). Psikologi Belajar. Jakarta: Rineka Cipta.
- [6] Kemp, S. (2021, October 28). Digital 2021: Indonesia.
- [7] Khodijah, N. (2014). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Rajawali Pers.
- [8] Lesilolo, H. J. (2018). Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura Dalam Proses Belajar Mengajar di Sekolah. KENOSIS, 4(2).
- [9] Lestari, R. (2017). Penggunaan Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris. Seminar Nasional Kedua Pendidikan Berkemajuan dan Menggembirakan.
- [10] Mujiyanto, H. (2019). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Meningkatkan Minat dan Motivasi Belajar. Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian, 5(1), 135.
- [11] Putri, D. M., & Yulianti. (2020). Penerapan Karakteristik Konten Instagram @netflixid pada Followers. Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi, 6(2).
- [12] Rahmatina, D. (2018). Pengaruh Menonton Siaran Langsung Saluran BTS di Aplikasi V Live Terhadap Motivasi Belajar Bahasa Korea Pada Komunitas BTS Fanpage Indonesia. Jurnal Online Mahasiswa FISIP, 5(2), 2.
- [13] Rakhmat, J. (2005). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [14] Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [15] Slameto. (2003). Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- [16] Syah. (2003). Minat Belajar. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- [17] Zakiah, K., Putri, D. W., Nurlimah, N., Mulyana, D., & Nurhastuti. (2019). Menjadi Korean di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia - Korea. MediaTor, 12(1).