

Pengaruh Serial Korea “*Start Up*” Terhadap Minat Kewirausahaan Di Tingkat Mahasiswa

Studi Kasus Teori Kognitif Sosial Albert Bandura

Ericka Caesaria Hanifah Andrian, Nala Nandana Undiana
Program Studi Film dan Televisi,
Fakultas Pendidikan Seni dan Desain,
Universitas Pendidikan Indonesia
erickandrian@upi.edu

Abstrak

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk mempelajari tentang seberapa besar dampak dari serial korea “Start Up” terhadap minat para penontonnya untuk membangun bisnis start up, dengan menggunakan Teori Kognitif Sosial oleh Albert Bandura sebagai kerangka teorinya. Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan cara mengadakan survey terhadap mahasiswa. Penemuan dalam penelitian ini menyatakan bahwa sebagian besar responden merasa tertarik untuk memulai bisnis start up setelah menonton serial ini. Namun, kita tidak bisa menyimpulkan bahwa drama tersebut adalah satu-satunya alasan dibalik pemikiran mereka sebab faktor internal, pengalaman dan lingkungan sekitar juga memiliki andil dalam membentuk pemikiran mereka dan menentukan apa yang akan mereka lakukan.

Kata kunci – start up, serial korea, teori kognitif sosial

The Influence of the Korean Series “*Start Up*” on Interest in Entrepreneurship at the Student Level

Case Study of Albert Bandura's Social Cognitive Theory

Abstract

In this study the author tries to investigate how impactful a korean drama titled “Start Up” to its audience on their interest of starting up a business with Social Cognitive Theory by Albert Bandura as the theoretical framework. This study uses the quantitative approach by holding up a survey aimed to college students. The finding suggests that most of the respondents are intrigued in starting up a business after watching the drama. But we can't say that it's the only reason behind it as internal factors, experiences, and their environment also take parts in shaping up their mind and deciding what they are going to do.

Keywords – start up, korean drama, social cognitive theory

Korespondensi: *Ericka Caesaria Hanifah Andrian, Program Studi Film dan Televisi, Fakultas Pendidikan Seni dan Desain, Universitas Pendidikan Indonesia, erickandrian@upi.edu*

PENDAHULUAN

Selain dari musiknya, konten-konten drama asal Korea Selatan rupanya mulai menguasai pasar di Indonesia. Terlebih dengan situasi pandemi yang membatasi ruang

gerak masyarakat untuk mendapatkan hiburan di luar rumah, sumber hiburan masyarakat pun mengerucut dan memusat pada konten-konten di internet. Dilansir oleh katadata.co.id, Google Indonesia mencatat bahwa penelusuran menggunakan kata 'drama korea', 'korea drama' dan 'drakor' di kanal YouTube melonjak hingga 130% secara tahunan pada Juni lalu (Rastati, 2020).

Serial Korea memang terlihat lebih menarik bagi sebagian masyarakat Indonesia, dengan kualitas yang lebih tinggi sebab memiliki *budget* dan waktu pengerjaan yang lebih dibanding sinetron-sinetron di Indonesia. Menurut survey yang dilakukan oleh IDN Times dengan melibatkan 354 pembacanya melalui media survei elektronik, 94,4% dari responden mengaku menyukai drama korea, dan 76,6% mengaku merupakan penonton aktif drama Korea (Ardia, 2014).

Melihat tingginya angka penonton aktif serial Korea berdasarkan survey tersebut, penulis melakukan penelitian tentang dampak dari menonton serial Korea. Serial Korea "Start Up" adalah salah satu serial yang cukup banyak diperbincangkan selama masa penayangannya dan cukup menarik untuk dikaji, dengan tema kehidupan perkantoran bisnis *start up* yang akhir-akhir ini sedang menjadi tren di masyarakat. *Star Up* merupakan istilah dimana bisnis berkaitan dengan teknologi, sebagai sebuah metode bisnis, *Star Up* berhubungan dengan inovasi tren teknologi (Sheung, 2014). Bisnis *Start Up* termasuk kedalam model bisnis yang menantang karena informasi seringkali bergerak sangat cepat, dan konsumen memiliki banyak cara untuk mendapatkan barang dan jasa dengan cepat tanpa uang fisik (Prastya Nugraha & Wahyuhastuti, 2017). Secara tidak langsung, serial ini menarik para pemirsanya untuk menjadi lebih dekat dengan kehidupan perkantoran bisnis *start up* dengan memberikan gambaran dan informasi terkait gaya hidup tersebut. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan teori kognitif sosial yang dikembangkan oleh Albert Bandura, dengan mengkaji sebesar apa keterikatan para pemirsanya terhadap serial tersebut, dan sebesar apa dampak dari keterikatan tersebut terhadap pembentukan pemikiran dari para pemirsanya; dalam kasus ini untuk membangun sebuah bisnis seperti yang dilakukan oleh tokoh-tokoh utama dari serial tersebut.

Teori kognitif sosial adalah sebuah teori yang telah dikembangkan selama periode waktu yang cukup lama, bahkan hingga melewati beberapa generasi. Teori ini diperkenalkan oleh Bandura (1986) berdasarkan kritik terhadap teori-teori yang dikembangkan oleh ahli behavioristic (Safaruddin, 2020). Bandura menganggap teori behavioristik sangat sulit untuk diterapkan di dalam kehidupan nyata, sebab terlalu bergantung pada faktor eksternal, padahal setiap orang juga memiliki dorongan-dorongan yang datangnya dari dalam diri sendiri, yang nantinya akan memengaruhi tindakan mereka. Teori kognitif sosial memandang bahwa manusia didorong oleh kekuatan internal yang dibentuk secara otomatis dan dikontrol oleh stimulasi eksternal (Abdullah, 2019). Hal ini berkaitan dengan kemampuan-kemampuan dasar alami manusia: (1) *Symbolizing capability*, yaitu kemampuan untuk menerjemahkan pengalaman-pengalamannya menjadi simbol-simbol dan juga kemampuan untuk memproses dan memaknai simbol-simbol ini; (2) *Forethought capability*, yaitu kemampuan untuk mengantisipasi konsekuensi-konsekuensi yang harus mereka hadapi di masa depan, dengan cara menetapkan tujuan dan menyusun rencana untuk melakukan aksi-aksi yang dianggap prospektif; (3) *Vicarious capability*, yaitu kemampuan untuk mengamati perilaku orang lain, beserta konsekuensi yang didapatkannya; (4) *Self-regulatory capability*, yaitu kemampuan untuk menetapkan dan mengembangkan standar internal yang dipergunakan untuk mengevaluasi perilaku

mereka sendiri; (5) Self-reflective capability, yaitu kemampuan untuk menganalisis berbagai pengalaman dan mengevaluasi bila proses berpikir mereka sudah memadai (Safaruddin, 2020), (Kendall, 1984), (Abdullah, 2019). Dengan lima kemampuan dasar yang sudah diuraikan itu, bisa disimpulkan bahwa faktor-faktor internal pada diri manusia memegang porsi yang cukup besar dalam menentukan dan membentuk perilaku mereka, bersama dengan faktor eksternal. Selain itu, penjabaran tentang sifat dasar alami manusia di atas juga mendukung kritik Bandura terhadap teori behavioristik yang tidak bisa menjelaskan tentang terjadinya pembelajaran perilaku baru. Karena dalam teori behavioristik, seseorang baru belajar setelah melakukan pelatihan dan pembiasaan (Miguel et al., 1992), sementara sering kali manusia melakukan sesuatu yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

Teori kognitif bukanlah sebuah teori yang bersebrangan dengan teori behavioristik, melainkan perkembangan dari teori tersebut. Terlepas daripada faktor internal yang menjadi faktor awalan dalam penelitian ini, teori kognitif tetap memasukkan faktor yang sebelumnya lebih diutamakan dalam teori behavioristik; faktor eksternal. Dalam bukunya "*Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*" (1986), Bandura memperkenalkan *Triadic Reciprocal Determinism Model* yang menjelaskan hubungan di balik terbentuknya sebuah kepribadian. Pada model ini dijelaskan bahwa faktor perilaku (*Behavior*), faktor personal (*Personal*) dan faktor lingkungan (*Environment*) saling berperngaruh dan memiliki hubungan timbal balik satu sama lain. Teori kognitif menganggap behaviorisme merupakan faktor yang juga mendukung terbentuknya kepribadian, namun juga dilengkapi oleh faktor personal dan faktor lingkungan sekitar orang tersebut (Nurjan, 2016). Berhubungan dengan hal tersebut, dasar dari teori kognitif adalah *observational learning* dan juga proses pemodelan simbolis, di mana faktor internal dan eksternal sama-sama memiliki peran penting dalam proses pemberlakuannya.

Human agency dan efikasi diri

Dalam mengembangkan teorinya, Bandura mengawali penelitiannya dengan meneliti tentang mekanisme efikasi diri dalam konsep *human agency* lewat karya ilmiahnya yang berjudul "*Self-efficacy Mechanism in Human Agency*" (1982), yang menjadi dasar pembeda antara teori kognitif sosial dengan teori behavioristik. Bandura meyakini bahwa manusia bukanlah sebuah makhluk yang memiliki peran pasif dalam pembentukan pemikiran dan kebiasaannya, melainkan merupakan agen yang dapat mengontrol pemikiran, tujuan, motivasi, dan proses berpikirnya sendiri, inilah yang dinamakan dengan *human agency*. Dikutip dari (Abdullah, 2019) pada tahun 2001 Bandura merumuskan 4 ciri utama *human agency*, yaitu:

Intensionalitas, manusia menyusun/membentuk niat yang mencakup rencana aksi dan strategi untuk mewujudkannya. Oleh karena itu, niat telah didasarkan pada motivasi diri yang mempengaruhi kemungkinan tindakan pada suatu titik waktu di masa depan.

Berpikir ke depan, orang menetapkan tujuan untuk diri mereka sendiri, mengantisipasi kemungkinan konsekuensi dari tindakan, memilih dan menciptakan program tindakan yang mungkin untuk menghasilkan hasil yang diinginkan dan menghindari hasil yang merugikan.

Reaktivitas diri, agen juga merupakan *self-regulator*, yaitu menetapkan standar bagi diri sendiri, memantau dan mengatur tindakan mereka dengan reaksi diri yang evaluatif. Mereka melakukan hal-hal yang memberi mereka kepuasan dan rasa harga diri, serta menahan diri dari tindakan yang dapat mendatangkan kecaman baginya.

Reflektivitas diri, melalui kesadaran diri fungsional mereka merefleksikan keberhasilan pribadi mereka, tingkat kesehatan pikiran dan tindakan, makna dari kegiatan mereka, dan mencoba untuk melakukan penyesuaian korektif jika diperlukan.

Dari keempat ciri utama di atas tidak ada yang lebih diutamakan, semuanya memiliki peranan yang sama pentingnya bagi manusia untuk dapat membentuk sebuah pemikiran yang akan mempengaruhi sifat dan aksi-aksinya. Namun, untuk dapat menentukan motivasi diri dan menetapkan regulasi diri, seseorang harus dapat menilai kemampuan dirinya terlebih dahulu, hal inilah yang disebut dengan efikasi diri. Bandura (1986) meyakini bahwa apa yang orang pikirkan, percaya, dan rasakan, mempengaruhi bagaimana mereka berperilaku (Abdullah, 2019).

Efikasi diri adalah persepsi diri terhadap kecakapan diri sendiri saat berfungsi dalam situasi tertentu. Efikasi diri membuat seseorang yakin bahwa ia bisa melakukan tindakan yang diekspektasikan. Ada beberapa proses psikologis yang terjadi ketika efikasi diri sedang mempengaruhi fungsi diri manusia (Bandura, 1986; 1989; 2009). Yang pertama adalah proses kognitif, di mana seseorang akan menetapkan tujuannya sesuai dengan kapasitas dan komitmen mereka terhadap tujuan tersebut. Semakin besar efikasi diri seseorang, akan semakin besar pula keberanian mereka untuk menetapkan tujuan yang sifatnya menantang, sementara semakin kecil efikasi diri mereka, mereka akan lebih takut untuk mengalami kegagalan. Yang kedua adalah proses motivasional, di mana efikasi memberi sumbangan terhadap motivasi dengan cara menetapkan tujuan-tujuan bagi diri mereka sendiri, dan menentukan seberapa besar usaha yang diperlukan untuk mencapainya. Selanjutnya, ada pula proses afektif di mana efikasi berperan dalam menentukan tingkat kecemasan, saat mengalami masalah dan tekanan di tengah proses usahanya. Ada pula proses seleksi, di mana tingkat efikasi berpengaruh terhadap pemikiran seseorang dalam menyeleksi tujuan yang akan dipilihnya, bergantung pada kesiapan dan kapasitas mereka dalam menghadapi rintangan yang akan dihadapi dalam proses pewujudan tujuan tersebut.

Abdullah (2019) mengungkapkan bahwa menurut Bandura, efikasi diri dapat diperoleh, diubah, ditingkatkan atau diturunkan, melalui salah satu atau kombinasi empat sumber, yaitu:

Pengalaman Performansi, yaitu pengalaman berdasarkan prestasi atau kegagalan yang pernah dicapai di masa lalu.

Pengalaman Vikarius, yaitu peningkatan efikasi ketika mengamati keberhasilan orang lain, dan juga akan menurun ketika melihat orang lain yang kemampuannya setara dengannya gagal.

Persuasi Sosial, pada kondisi yang tepat, persuasi dari orang lain dapat mempengaruhi efikasi diri, yang juga dipengaruhi oleh rasa percaya kepada pemberi persuasi, dan sifat realistic dari apa yang dipersuasikan.

Keadaan Emosi dan Fisik, emosi yang negative yang kuat, takut, cemas, stress, dapat mengurangi efikasi diri, begitu pula dengan keadaan fisik yang kurang baik. Sebaliknya,

peningkatan emosi yang cukup dan keadaan fisik yang kuat dapat meningkatkan efikasi diri.

Selain efikasi diri, menurut Bandura, orang juga berusaha melakukan control terhadap dirinya melalui efikasi kolektif. Efikasi kolektif adalah efikasi yang dihasilkan dari lingkungan sekitarnya. Sebagaimana digambarkan dalam model triadic reciprocal determinism, faktor perilaku tidak hanya memiliki hubungan sebab-akibat dengan faktor personal tetapi juga dengan faktor lingkungan, efikasi diri dan efikasi kolektif berperan saling melengkapi dalam merubah pemikiran dan pola hidup seseorang.

Pemodelan Simbolis

Pemodelan simbolis dibutuhkan agar dapat berlangsungnya proses efikasi kolektif dan pula beberapa sumber diperolehnya efikasi diri, demi tercapainya proses pembentukan pemikiran. Pemodelan simbolis tidak mengharuskan si model dan pengamat berada di tempat yang sama sebab proses pemodelan simbolis tidak terjadi sebab interaksi, melainkan observasi sepihak. Hal ini, didukung dengan teknologi yang masih terus berkembang, membuat proses belajar melalui pemodelan simbolis ini bisa memberikan hasil yang variatif pada si pengamat, sebab pengamat bisa melakukan pemodelan simbolis kepada model yang latar belakangnya lebih beragam, dan berasal dari tempat yang beragam. Di sisi lain, model juga bisa mengirimkan informasi pada populasi yang tak terbatas jumlahnya dalam lokasi yang tersebar luas, secara bersamaan.

Bandura pada tahun 1986 menyatakan bahwa penelitian tentang pemodelan abstrak menunjukkan bahwa pemodelan melibatkan informasi abstrak yang disampaikan oleh pedoman khusus tentang struktur dan prinsip-prinsip dasar yang mengatur perilaku, tidak sekedar meniru contoh tersebut (Abdullah, 2019). Hasil dari penelitian tersebut berhasil menjawab kesalahpahaman terkait pemodelan yang menyatakan bahwa proses ini hanya dapat menghasilkan proses mimikri, dan dapat menghambat kreativitas. Pada kenyataannya, pengamat sangatlah selektif dalam menyerap apa yang ditampilkan dalam model. Pengamat tidak menyerap semua informasi hanya dari satu model, melainkan menggabungkan informasi yang diperolehnya dari banyak model, dan sering kali bahkan membentuk sebuah bentuk baru (Abdullah, 2019). Kemampuan dasar alami manusia, ditambah dengan asumsi bahwa manusia merupakan makhluk agentik yang dapat mengontrol dirinya sendiri membuat mereka tak secara mentah menyerap apa yang diterimanya, melainkan menyaringnya terlebih dahulu sesuai dengan kondisi dan kebutuhannya.

Observational Learning dalam Proses Pemodelan Simbolis

Penelitian ini berawal dari kondisi politik di Amerika Serikat pada akhir tahun 1950-an, di mana di televisi ditampilkan banyak model dengan adegan kekerasan dengan alasan lebih mejuat. Akhirnya muncul kekhawatiran publik tentang pengaruh tayangan semacam itu terhadap anak-anak. Bandura pun mengadakan penelitian untuk mempelajari *observational learning* dengan studi boneka Bobo. Anak-anak dibagi menjadi dua kelompok dengan kelompok pertama diharuskan melihat sekumpulan orang dewasa melakukan tingkah agresif terhadap patung Bobo dan kelompok kedua diharuskan melihat sekumpulan orang dewasa bermesraan dengan patung yang sama. Kelompok yang pertama menunjukkan tingkah yang lebih agresif dari orang dewasa, sementara yang kedua tidak melakukan hal yang sama. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *observational learning* adalah metode yang dilakukan dalam proses pemodelan simbolis.

Pada tahun 1986, Bandura merilis karya berjudul “*Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*” yang di dalamnya terdapat penjelasan mengenai proses *observational learning*, di antaranya adalah:

Proses Memperhatikan, pada proses ini pengamat memperhatikan dan mempersepsi karakteristik model dengan tepat. Frekuensi kehadiran, kejelasan, dan daya tarik model menjadi variabel penentu tingkat perhatian. Sementara karakteristik pengamat seperti kapasitas sensori, tingkat ketertarikan, kebiasaan persepsi, *reinforcement*, dan masa lalunya menjadi faktor internal penentu tingkat perhatian.

Proses Retensi, merupakan proses penyimpanan informasi secara imaginal di dalam pikiran si pengamat, atau mengodekan peristiwa model ke dalam simbol-simbol verbal yang mudah dipahami. Sebagai catatan, materi yang meninggalkan impresi lebih pada pengamat sebab dianggap bermakna atau menambah pengalaman yang sudah dimilikinya akan lebih membekas di pikirannya.

Proses Produksi, pada proses ini, pengamat mulai mempraktekkan apa yang ditampilkan oleh model dan diinterpretasikan ke dalam pikirannya melalui proses pengkodean.

Proses Motivasi, adalah proses penentu apakah pengamat akan menerima informasi yang sudah dipelajarinya atau tidak. Pengamat akan cenderung mengadopsi perilaku model, jika model tersebut: (a) mendapat penilaian positif dari perspektif si pengamat; (b) menyampaikan informasi yang dirasa bermanfaat bagi model itu sendiri, dan; (c) menghasilkan imbalan eksternal. Pertimbangan akan efek yang positif dan negatif dari perilaku tersebut akan memengaruhi pengamat dalam memutuskan.

Hipotesis 1: Manusia merupakan agen yang dapat mengontrol pemikiran, tujuan, motivasi, dan proses berpikirnya sendiri.

Hipotesis 2: Seseorang menyerap apa yang dilakukan oleh orang-orang di lingkungan sekitarnya melalui pemodelan simbolis yang dilakukan dengan cara *observational learning*.

Hipotesis 3: Model yang dijadikan target observasi dan frekuensi kehadirannya sangat berpengaruh terhadap keberhasilan *observational learning*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan rancangan yang terstruktur, formal, spesifik, mempunyai rancangan operasional yang mendetail, dan data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif atau dikuantitatifkan dengan cara menghitung atau mengukur (Ratna, 2016);(Rakhmat, 2001);(Sugiarti, 1997).

Penelitian dimulai dengan mempelajari teori kognitif sosial oleh Albert Bandura melalui literasi yang beredar di internet, serta teori behavioristik sebagai latar belakang terbentuknya teori kognitif sosial. Dilanjutkan dengan pengkajian alur serial Korea “*Start Up*” untuk menganalisa perilaku pemeran serial tersebut sebagai model untuk para pengamat, dan juga dinamika cerita sebagai hasil dari tindakan yang dilakukan oleh pemeran serial tersebut. Penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data, yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner elektronik dengan menggunakan Google Form kepada para pengikut akun @drakoridfess di Twitter dengan total populasi sebanyak 25,090 akun Twitter. Dari populasi tersebut diambil sampel dengan kriteria merupakan mahasiswa aktif D1/D2/D3/D4/S1 usia 17-25 tahun, serta pernah atau sedang menonton serial korea “*Start Up*” dan menghasilkan 62 sampel dengan catatan akses menuju kuesioner dibuka sejak tanggal 13 Desember 2020 pukul 23:30 WIB, hingga tanggal 14 Desember 2020 pukul 7:02 WIB. Adapun hal-hal yang dijadikan pertimbangan dalam kuesioner meliputi:

Jenjang Pendidikan, untuk mengetahui pengaruh serial Korea “*Start Up*” terhadap jenjang pendidikan terhentu, dan menyimpulkan bila ada korelasi antara jenjang pendidikan dengan pengaruhnya.

Usia, untuk mengetahui pengaruh serial Korea “*Start Up*” terhadap kelompok umur tertentu, dan menyimpulkan bila ada korelasi antara usia dengan pengaruhnya.

Banyak episode yang sudah ditonton, untuk menyimpulkan sejauh apa responden sudah mengetahui tentang alur dan kejadian-kejadian yang terjadi di dalam serial.

Intensitas menonton, untuk menyimpulkan seberapa tinggi tingkat keterikatan responden terhadap serial tersebut.

Pengalaman berwirausaha, untuk menyimpulkan apakah pengalaman terdahulu responden mempengaruhi pembentukan pemikiran responden.

Sikap lingkungan sekitar terhadap wirausaha, untuk menyimpulkan apakah perilaku lingkungan sekitar dapat mempengaruhi pembentukan pemikiran responden.

Pengaruh serial terhadap minat untuk memulai wirausaha, sebagai pembuktian konsep modeling dan *observational learning* dalam teori kognitif sosial.

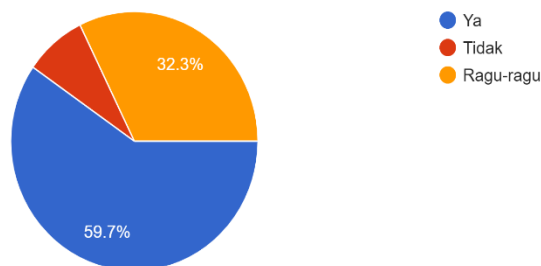
Alasan dari jawaban, untuk membuktikan bahwa terlepas dari pengaruh model, manusia tetaplah seorang agen yang dapat mengontrol pikiran dan tindakan diri sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari total 62 responden yang mengisi kuesioner, mayoritas responden merupakan seorang mahasiswa yang sedang menempuh program studi strata satu dan mayoritas usia 18 tahun dengan grafik yang terus turun seiring dengan semakin tingginya usia. Hal ini mengindikasikan bahwa pasar terbesar serial korea berada pada mahasiswa strata satu dengan usia 18-20 tahun. Sebagaimana kelompok usia tersebut merupakan kelompok usia produktif, kegemaran untuk menonton serial korea mungkin akan berpengaruh besar terhadap jalan pikiran atau minat mahasiswa dalam kelompok usia tersebut untuk mengikuti apa yang disajikan di dalam tontonan, jika memang proses *observational learning* dapat dibuktikan keampuhannya.

Grafik 1. Pengaruh serial “*Start Up*” terhadap minat usaha mahasiswa

Serial "Start Up" membuat Anda tergugah untuk mulai berwirausaha.
62 responses



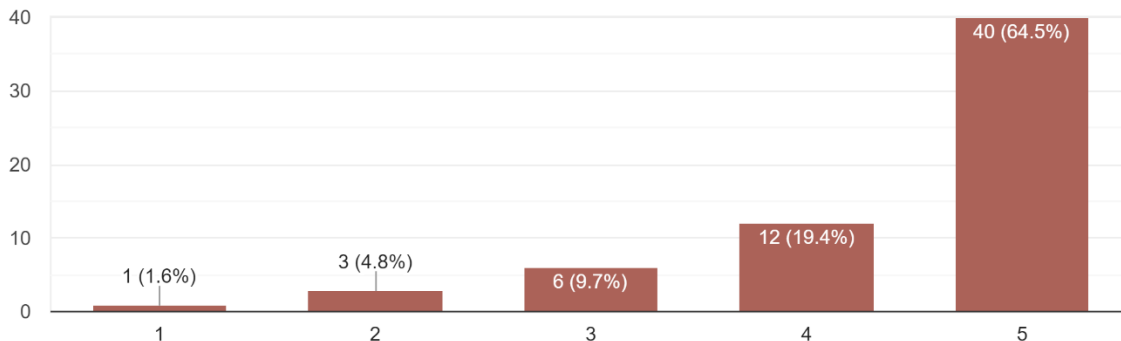
(Sumber: Peneliti, 2021)

Pada faktanya, 59,7% dari responden menjawab bahwa serial korea “*Start Up*” yang mereka tonton berhasil mempengaruhi minat mereka untuk mulai berwirausaha, walau 58,1% dari mereka mengaku belum pernah melakukan wirausaha sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa faktor lingkungan dapat mempengaruhi pemikiran seseorang. Kendati demikian, sebanyak 32,3% responden yang menyatakan ragu-ragu, dan sisanya yang menyatakan tidak pun ikut menjadi bukti bahwa terlepas dari kehebatan faktor eksternal, manusia tetaplah seorang agen terhadap dirinya sendiri, yang berarti mereka tidak mengikuti secara mentah apa yang dipaparkan oleh lingkungan kepadanya, melainkan menyerap dan mengolah informasi yang diterimanya untuk kemudian disesuaikan dengan faktor-faktor penimbang lainnya, sebelum akhirnya membulatkan pikirannya terhadap sesuatu.

Grafik 2. Intensitas menonton serial “*Start Up*”

Intensitas menonton (skala 1-5)

62 responses



(Sumber: Peneliti, 2021)

Sebanyak 64,5% dari responden menempatkan intensitas mereka dalam menonton serial “Start Up” di angka 5 yang membuktikan bahwa frekuensi kehadiran dari model dalam proses observational learning ini sangat berpengaruh terhadap kelancaran proses tersebut. Selain itu, pemilihan talent untuk memerankan tokoh di dalam serial tersebut pula sangat berpengaruh untuk menjaga perhatian para audiensnya, agar tetap menonton serial tersebut dalam intensitas tinggi. Bae Suzy dan Nam Joohyuk yang menjadi pemeran utama dalam serial tersebut merupakan aktris dan aktor Korea Selatan yang sedang besar namanya, dengan komunitas penggemar yang cukup besar pula. Setidaknya, komunitas penggemar dari dua aktor tersebut akan menonton serial dengan intensitas tinggi dan berpotensi untuk tergugah pemikirannya lewat apa yang disajikan di dalam serial. Selain intensitas kehadiran model, kejelasan dan daya tarik model juga berpengaruh dalam keberhasilan proses observational learning. Maka dari itu, tokoh-tokoh yang ada di dalam serial ini dirancang dengan semenarik dan seapik mungkin, dengan keunikan dan ciri khas masing-masing, serta—sekali lagi—pemilihan pemeran dengan tampilan yang menarik, untuk memikat daya tarik dari para audiensnya dalam menonton serial ini. Tak lupa pula, alur dari drama 16 episode ini juga dirancang dengan sebaik dan serealistik mungkin, demi mendapatkan kepercayaan para audiensnya bahwa cerita semacam ini tidaklah jauh dari apa yang akan mereka hadapi, dan berakhir meningkatkan daya tarik para audiensnya terhadap serial ini.

Pengalaman vikarius, yang mana merupakan pengalaman melihat keberhasilan ataupun kegagalan orang lain juga dirasa berpengaruh terhadap tingkat efikasi diri. Hal ini disimpulkan dari bagaimana sebagian besar responden (38,7%) menyebutkan bahwa alasan dari ketertarikan mereka untuk memulai wirausaha adalah karena melihat keberhasilan dari para tokoh di serial tersebut. Hal ini juga hasil dari alur cerita yang ditata seapik mungkin yang membuat jarak antara para penonton dengan semesta di dalam serial tak terkesan begitu jauh, yang meningkatkan efikasi diri para penontonnya bahwa tokoh di dalam serial tersebut hanyalah manusia biasa, sama seperti mereka, dan mereka pun bisa mengalami keberhasilan dalam berwirausaha, seperti yang dialami oleh para tokoh di dalam serial tersebut.

SIMPULAN

Teori kognitif sosial adalah teori yang masih relevan untuk diterapkan, terlebih dalam kasus serial korea “*Start Up*” yang berhasil mempengaruhi sebagian besar pemirsanya untuk ikut melakukan wirausaha, sama seperti yang dilakukan para tokoh di dalam serial tersebut. Faktor luar memang berpengaruh untuk menjadi media belajar, dan menjadi sumber pengetahuan seseorang, namun ada banyak faktor penentu lainnya yang mempengaruhi keberhasilan proses transfer informasi dari model terhadap si pengamat, di antaranya adalah seberapa intens kehadiran model dalam hidup si pengamat, setinggi apa ketertarikan pengamat terhadap model, dan juga ada banyak faktor internal yang datang dari dalam diri pengamat, yang juga dapat mempengaruhi keberhasilan proses transfer informasi dari model. Dan pada akhirnya, informasi yang dikumpulkan oleh pengamat dari segala sumber dan faktor berbeda tersebut akan diolahnya di dalam pikiran, untuk kemudian diterbitkan menjadi sebuah kepribadian baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. M. (2019). Social Cognitive Theory : A Bandura Thought Review published in 1982-2012. *Psikodimensia*, 18(1), 85. <https://doi.org/10.24167/psidim.v18i1.1708>
- Ardia, V. (2014). Drama Korea dan Budaya Populer. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 12-18. Retrieved from <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/337>
- Kendall, P. C. (1984). Cognitive-Behavioural Self-Control Therapy for Children. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 25(2), 173-179. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.1984.tb00142.x>
- Miguel, J. F. S., González, M., Gascón, A., Moro, J., Hernández, J. M., Ortega, F., ... Orfao, A. (1992). Lymphoid subsets and prognostic factors in multiple myeloma. *British Journal of Haematology*, 80(3), 305-309. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2141.1992.tb08137.x>
- Nurjan, S. (2016). *Psikologi Belajar Edisi Revisi*. Retrieved from BuatBuku.com
- Prastya Nugraha, A. E., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start Up Digital Business: Sebagai Solusi Penggerak Wirausaha Muda. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v2i1.701>
- Rakhmat, J. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rastati, R. (2020). Survey Result: K-Drama Consumption Amidst COVID-19 Pandemic in Indonesia. Retrieved from Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya (LIPI) website: <https://pmb.lipi.go.id/survey-result-k-drama-consumption-amidst-covid-19-pandemic-in-indonesia/>
- Ratna, N. K. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Safaruddin, S. (2020). Teori Belajar Behavioristik. *Jurnal Al-Qalam: Jurnal Kajian Islam & Pendidikan*, 8(2), 119-135. <https://doi.org/10.47435/al-qalam.v8i2.239>

Sheung, C. T. (2014). E-Business; The New Strategies Ande-Business Ethics, that Leads Organizations to Success. *Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management*, 14(8), 8-14.

Sugiarti, T. (1997). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.