

Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea *Start-Up* terhadap Persepsi Mahasiswa tentang *Hustle Culture* (Studi Survei Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh Angkatan 2022)

Suhaiza¹, Ade Muana Husniati², Asmaul Husna³, Muhammad Ali⁴, Harinawati⁵

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe^{1,2,3,4,5}

*Email Korespodensi: suhaizaariffin@gmail.com

Diterima: 20-10-2026 | Disetujui: 25-10-2026 | Diterbitkan: 27-10-2026

ABSTRACT

This study aims to identify and measure the extent to which exposure to the Korean drama Start-Up influences students' perceptions of hustle culture. The theoretical framework used is Sven Windahl's Uses and Effects Theory, measuring exposure (X) through frequency, duration, and attention, and perception (Y) through cognitive, affective, and conative components. This research employs a quantitative approach with a survey method. The population in this study consisted of 220 active Communication Science students at Malikussaleh University from the class of 2022, from which a sample of 69 students was selected using purposive sampling based on Slovin's formula. Data were collected via Google Forms and analyzed using SPSS version 27. The normality test showed that the data were normally distributed with Asymp. Sig. 0.082 (>0.05). Hypothesis testing revealed a t-calculated value of 10.772, which is greater than the t-table value of 1.996, with a significance level of 0.001 (<0.05), indicating a positive and significant effect. The coefficient of determination (R^2) of 0.634 indicates that exposure to Start-Up contributes 63.4% to students' perceptions of hustle culture, while 36.6% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: Media Exposure; Korean Drama Start-Up; Perception; Hustle Culture; Uses and Effects Theory

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* terhadap persepsi mahasiswa tentang *hustle culture*. Landasan teoritis yang digunakan adalah teori *Uses and Effects* dari Sven Windahl, yang mengukur variabel terpaan (X) melalui indikator frekuensi, durasi, dan atensi, serta variabel persepsi (Y) melalui komponen kognitif, afektif, dan konatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2022 yang berjumlah 220 orang, dengan sampel berjumlah 69 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* via *Google Form* dan dianalisis menggunakan SPSS versi 27. Hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal dengan nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,082 (>0,05). Uji hipotesis menunjukkan nilai *thitung* sebesar 10,772 lebih besar daripada *ttabel* sebesar 1,996 dengan nilai signifikansi 0,001 (<0,05), sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,634 menunjukkan bahwa terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* memberikan kontribusi sebesar 63,4% terhadap persepsi mahasiswa tentang *hustle culture*, sedangkan 36,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Katakunci: Terpaan Media; Drama Korea *Start-Up*; Persepsi; *Hustle Culture*; Teori *Uses and Effects*.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Suhaiza, S., Husniati, A. M. ., Husna, A. ., Ali, M. ., & Harinawati, H. (2026). Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea *Start-Up* terhadap Persepsi Mahasiswa tentang *Hustle Culture* (Studi Survei Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh Angkatan 2022). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 8400-8408. <https://doi.org/10.63822/bg8zbg02>

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan digitalisasi media telah mempercepat penyebaran budaya populer lintas negara, salah satunya melalui *Korean Wave* atau *Hallyu*. Fenomena ini menyebarkan budaya Korea Selatan melalui musik, drama, busana, dan bahasa yang semakin mudah diakses masyarakat global. Di Indonesia, popularitas drama Korea mulai berkembang sejak awal tahun 2000-an melalui penayangan *Mother's Sea* dan *Endless Love* di televisi nasional. Popularitas tersebut semakin meningkat, salah satunya melalui drama *Boys Before Flowers* yang turut mendorong minat masyarakat terhadap drama Korea (Atira & Hasmira, 2022). Tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap drama Korea terlihat dari survei Jakpat tahun 2025 yang dirujuk GoodStats, dengan 69% responden memilih film dan serial Korea Selatan sebagai tontonan yang diminati. Perkembangan teknologi internet juga memungkinkan masyarakat mengakses drama Korea melalui *platform* digital, seperti *Netflix* dan *Viu*.

Dalam konteks komunikasi, konsumsi media berkaitan dengan terpaan media (*media exposure*). Menurut Rosengren (dalam Rakhmat, 2011), terpaan media dapat dilihat dari jumlah waktu penggunaan, jenis isi media yang dikonsumsi, serta hubungan individu dengan media. Terpaan media tidak hanya berkaitan dengan seberapa sering dan lama seseorang mengakses media, tetapi juga tingkat perhatian terhadap pesan yang diterima. Dalam penelitian ini, terpaan media diukur menggunakan tiga indikator, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Terpaan tersebut memungkinkan penonton menerima berbagai informasi serta nilai sosial dan budaya yang direpresentasikan dalam tayangan. Melalui terpaan tersebut, drama Korea tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi sarana penyebaran nilai budaya dan gaya hidup kepada audiens internasional (Sari et al., 2026).

Salah satu nilai yang direpresentasikan dalam drama Korea adalah *hustle culture*, yaitu gaya hidup yang menormalisasi pekerjaan berlebihan dan menganggap kerja keras serta pengorbanan waktu sebagai jalan utama menuju kesuksesan (Ulfah & Nurdin, 2022). Menurut Absher (dalam Irma et al., 2022), *hustle culture* dapat dipengaruhi oleh *toxic productivity*, tuntutan sosial, dan tingginya rasa tanggung jawab. Budaya ini dapat memotivasi generasi muda untuk mencapai tujuan akademik dan karier (Putri et al., 2024). Namun di sisi lain, budaya ini juga membuat individu mengutamakan pekerjaan hingga mengabaikan istirahat dan kehidupan pribadi, sehingga mengganggu keseimbangan hidup (Yuningsih & Prasetya, 2022). Sabila et al. (2026) mengidentifikasi empat dimensi *hustle culture*, yaitu *motivational* (dorongan untuk terus berprestasi), *cognitive* (pola pikir terhadap kerja keras), *emotional* (pengelolaan emosi dan tekanan), serta *behavioral* (perilaku kerja keras dan disiplin). Dalam penelitian ini, *hustle culture* dipahami sebagai nilai budaya kerja yang ditampilkan dalam media dan menjadi objek persepsi mahasiswa, baik dipersepsikan secara positif maupun negatif.

Serial drama Korea yang merepresentasikan perjuangan mencapai kesuksesan adalah *Start-Up*, yang tayang pada 17 Oktober hingga 6 Desember 2020 melalui *Netflix*. Drama yang disutradarai oleh Oh Choong Hwan dan ditulis oleh Park Hye Ryun ini terdiri atas 16 episode serta dibintangi Nam Joo Hyuk, Bae Suzy, dan Kim Seon Ho. *Start-Up* menceritakan perjuangan anak muda dalam merintis bisnis di tengah persaingan dunia kerja dan industri *start up*. Drama ini menampilkan kerja keras, tekanan untuk berprestasi, serta pengorbanan waktu pribadi demi mencapai kesuksesan sehingga relevan untuk mengkaji persepsi terhadap *hustle culture* (Rahina, 2022). Representasi tersebut menjadikan drama *Start-Up* relevan sebagai objek penelitian untuk mengkaji pengaruh terpaan tayangan terhadap persepsi mengenai *hustle culture*.

Rosengren berpendapat bahwa persepsi merupakan proses kognitif ketika individu menerima, mengolah, dan menafsirkan informasi atau stimulus yang diperoleh melalui pancaindra untuk memberikan

makna terhadap suatu objek atau peristiwa (Rakhmat, 2011). Menurut Walgito, persepsi terdiri atas tiga komponen, yaitu kognitif yang berkaitan dengan pengetahuan dan keyakinan, afektif yang berkaitan dengan perasaan, serta konatif yang berkaitan dengan kecenderungan bertindak (Winarti, 2022). Persepsi dapat bersifat positif maupun negatif, bergantung pada pengalaman, pemikiran, dan perasaan individu terhadap objek yang dipersepsikan. David Krech dan Richard S. Crutchfield mengklasifikasikan faktor persepsi tersebut ke dalam faktor fungsional dan faktor struktural (Rakhmat, 2011). Faktor fungsional meliputi kebutuhan, pengalaman, kesiapan mental, kondisi emosional, dan latar belakang budaya, sedangkan faktor situasional berkaitan dengan lingkungan dan konteks ketika individu menerima stimulus.

Pengaruh media terhadap pembentukan persepsi ini dapat dijelaskan melalui Teori *Uses and Effects* yang dikembangkan oleh Sven Windahl pada tahun 1979. Teori ini merupakan pengembangan dari teori *Uses and Gratification*. Sendjaja et al. (2023) menjelaskan bahwa dalam teori *Uses and Gratifications*, kebutuhan individu menentukan penggunaan media, sementara pada teori *Uses and Effects* kebutuhan hanyalah salah satu faktor yang menyebabkan penggunaan suatu media. Teori *Use and Effects* menekankan pada penggunaan media dapat menimbulkan berbagai efek bagi penggunaannya (Andini, 2023). Menurut Alam (2024), penggunaan media dapat dilihat berdasarkan tiga aspek, yaitu jumlah waktu penggunaan, jenis isi media yang dikonsumsi, dan hubungan antara pengguna dengan isi media. Pada akhirnya hal tersebut akan menghasilkan efek (*effect*) berupa perubahan pengetahuan, sikap, maupun persepsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Winarti (2022) mengkaji tentang drama Korea *True Beauty* yang mempengaruhi persepsi remaja putri berdasarkan indikator kognitif, afektif dan konatif. Sementara itu, (Burhani, 2026) menemukan bahwa drama Korea *The Glory* mampu mempengaruhi persepsi penonton tentang perundungan. Munawaroh et al. (2022) juga menyimpulkan bahwa film pendek *Kenapa Belum Nikah* memberikan pengaruh yang positif terhadap persepsi dan sikap pada orang yang belum menikah. Selain itu, penelitian Rahmah (2023) juga menunjukkan bahwa intensitas menonton film *Yuni* dan persepsi tentang pernikahan dini memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif. Penelitian Maharani et al. (2024) mengungkapkan bahwa mayoritas mahasiswa berada pada tingkat *hustle culture* yang tinggi dikarenakan didorong motivasi *personal branding* dan kebutuhan uang tambahan. Meskipun berbagai studi mengenai drama Korea yang berfokus pada isu standar kecantikan, gaya hidup konsumtif, maupun perilaku sosial tertentu telah banyak dilakukannya. Namun, penelitian yang mengkaji pengaruh terpaan tayangan drama *Start-Up* terhadap persepsi mengenai *hustle culture* khususnya di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi masih sangat terbatas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* terhadap persepsi mahasiswa mengenai *hustle culture* dan sejauh mana pengaruh tersebut terjadi. Adapun hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* terhadap persepsi mahasiswa tentang *hustle culture*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* terhadap persepsi tentang *hustle culture* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2022.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan

2022 yang berjumlah 220 orang. Pengambilan sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dan ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga ditemukan sampel berjumlah 69 responden. Kriteria responden meliputi mahasiswa aktif angkatan 2022, pernah menonton drama Korea *Start-Up*, serta mengetahui atau pernah mendengar istilah *hustle culture*. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan *Google Forms* dengan skala Likert lima pilihan untuk mengukur terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* sebagai variabel independen (X) dan persepsi mahasiswa tentang *hustle culture* sebagai variabel dependen (Y). Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2) dengan IBM SPSS Statistics versi 27.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, frekuensi menonton, dan durasi menonton drama Korea *Start-Up*. Data diperoleh dari 69 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2022 melalui kuesioner *Google Form*.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	20 tahun	2	2,9%
	21 tahun	7	10,1%
	22 tahun	47	68,1%
	23 tahun	11	15,9%
	25 tahun	2	2,9%
Jenis Kelamin	Perempuan	56	81,2%
	Laki-laki	13	18,8%
Frekuensi	1 kali	50	72,5%
	2 kali	15	21,7%
	3 kali	2	2,9%
	Lebih dari 4 kali	2	2,9%
Durasi	Kurang dari 1 jam	13	18,8%
	1 – 1,5 jam	22	31,9%
	Lebih dari 1,5 – 3 jam	17	24,6%
	Lebih dari 3 jam	17	24,6%

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 1, mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 22 tahun (68,1%) dan didominasi oleh perempuan (81,2%). Dari segi perilaku mengonsumsi tayangan, sebagian besar responden menonton drama Korea *Start-Up* sebanyak satu kali (72,5%) dengan durasi menonton terbanyak sekitar 1 hingga 1,5 jam (31,9%). Data tersebut memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian.

Sebelum data dianalisa, dilakukan uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan realibiitas. Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 27. Pengujian terhadap 37 item pernyataan dari 69 responden menggunakan nilai r_{tabel} 0,237

pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh 37 item pernyataan dinyatakan valid karena nilai *r*_{hitung} setiap item lebih besar daripada *r*_{tabel} sebesar 0,237. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan bantuan IBM SPSS versi 27. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hasil nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel X sebesar 0,938 dan variabel Y sebesar 0,764 yang menunjukkan kedua nilai ini melebihi ambang batas 0,60 sehingga data dinyatakan reliabel.

Kemudian data dilakukan uji normalitas untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Apabila nilai *Asymp. Sig* melebihi nilai signifikansi 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil nilai *Asymp. Sig* dalam penelitian ini sebesar 0,082 sehingga data dapat dianggap normal dan tahap selanjutnya dapat dilakukan.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.275	3.165		2.614	.011
Terpaan Tayangan Drama Korea Start-Up	.345	.032	.796	10.772	<.001

a. Dependent Variable: Persepsi Mahasiswa tentang Hustle Culture

Sumber: Output SPSS (2026)

Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* terhadap persepsi mahasiswa tentang *hustle culture*. Berdasarkan Tabel 2, diperoleh persamaan regresi linear sederhana ($Y = 8,275 + 0,345X$). Nilai konstanta sebesar 8,275 menunjukkan bahwa apabila variabel terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* bernilai nol, maka persepsi mahasiswa tentang *hustle culture* sebesar 8,275.

Koefisien regresi bernilai positif yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* akan meningkatkan skor persepsi mahasiswa tentang *hustle culture* sebesar 0,345. Hasil uji t menunjukkan nilai *t*_{hitung} sebesar 10,772 dengan signifikansi <0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* berpengaruh signifikan terhadap persepsi mahasiswa tentang *hustle culture*. Dengan demikian, hipotesis alternatif (*H*_a) diterima dan hipotesis nol (*H*₀) ditolak.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.628	3.632
a. Predictors: (Constant), Terpaan Tayangan Drama Korea Start-Up				
b. Dependent Variable: Persepsi Mahasiswa tentang Hustle Culture				

Sumber: Output SPSS (2026)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* terhadap persepsi mahasiswa tentang *hustle culture*. Berdasarkan tabel 3 diatas, nilai koefisien korelasi sebesar 0,796 yang artinya ada korelasi yang tinggi antara pengaruh terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* terhadap persepsi mahasiswa tentang *hustle culture*. Kemudian koefisien determinasi sebesar 0,634 yang bermakna bahwa terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang *hustle culture* sebesar 63,4% sedangkan sisanya 36,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea *Start-Up* terhadap Persepsi Mahasiswa tentang *Hustle Culture*

Berdasarkan hasil penelitian di atas, untuk membuktikan adanya pengaruh terpaan drakor terhadap *hustle culture* maka dilakukan uji hipotesis dengan kriteria pengujian hipotesis diterima apabila nilai *thitung* > *ttabel*. Hasil perhitungan diperoleh nilai *thitung* sebesar 10,772 yang lebih besar dari *ttabel* (1,996) dengan nilai signifikansi <0,001. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak sehingga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* terhadap *hustle culture*. Selanjutnya, analisis korelasi menghasilkan nilai *R* sebesar 0,796 yang mengindikasikan tingkat hubungan yang kuat antarvariabel. Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,634 menunjukkan bahwa variabel terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 63,4% terhadap persepsi mahasiswa mengenai *hustle culture*, sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar batasan penelitian ini. Angka yang cukup tinggi ini mengindikasikan bahwa semakin intensif mahasiswa mengakses tayangan tersebut melalui dimensi frekuensi, durasi, dan atensi maka semakin kuat pula persepsi yang terbentuk terhadap *hustle culture*.

Temuan ini sangat sejalan dengan teori *Uses and Effects* yang dikembangkan oleh Sven Windahl (1979) di mana media massa tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan tetapi juga mampu memberikan efek berupa perubahan pengetahuan, sikap, maupun persepsi (Sendjaja et al., 2023). Dalam konteks ini, tayangan drama *Start-Up* berperan sebagai stimulus komunikasi yang secara berkelanjutan menampilkan representasi etos kerja tinggi, persaingan bisnis di *Sandbox*, serta pengorbanan waktu demi kesuksesan karier. Kemudian terpaan tersebut diolah oleh mahasiswa hingga membentuk persepsi yang mencakup kognitif, afektif dan konatif. Pada aspek kognitif, mahasiswa memperoleh pemahaman dan pengetahuan baru tentang konsep *hustle culture* melalui representasi perjuangan tokoh dalam merintis bisnis rintisan. Pada aspek afektif, tayangan ini memicu respons emosional berupa rasa kagum, simpati,

hingga motivasi terhadap perilaku kerja yang ditampilkan. Sementara itu, pada aspek konatif, drama *Start-Up* mendorong kecenderungan perilaku mahasiswa untuk melakukan nilai-nilai positif seperti disiplin, ketekunan, dan keberanian menghadapi tantangan akademik maupun karier tanpa mengabaikan keseimbangan kehidupan pribadi masing-masing.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Winarti (2022) yang membuktikan bahwa terpaan drama Korea mampu memengaruhi persepsi khalayak melalui indikator kognitif, afektif, dan konatif. Selain itu, Burhani (2026) menunjukkan bahwa terpaan tayangan drama Korea memiliki hubungan yang kuat dalam membentuk persepsi penonton terhadap fenomena sosial yang direpresentasikan di dalam cerita. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Munawaroh et al. (2022) yang memanfaatkan teori *Uses and Effects* dan menemukan bahwa terpaan media audiovisual memberikan pengaruh positif terhadap persepsi dan sikap khalayak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* memiliki peran penting dan signifikan dalam memengaruhi persepsi tentang *hustle culture* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2022.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mengenai *hustle culture* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2022. Mayoritas responden menyatakan secara aktif mengonsumsi drama Korea *Start-Up* dan membentuk persepsi terkait *hustle culture* yang terwujud dalam aspek kognitif, afektif, serta konatif.

Berdasarkan pengujian statistik melalui uji *t*, diperoleh nilai *thitung* sebesar 10,772 dengan *ttabel* sebesar 1,996 ($10,772 > 1,996$) serta nilai signifikansi sebesar $< 0,001$. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Selanjutnya, analisis korelasi menghasilkan nilai *R* sebesar 0,796 yang mengindikasikan tingkat hubungan yang kuat antarvariabel. Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,634 menunjukkan bahwa variabel terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 63,4% terhadap persepsi mahasiswa mengenai *hustle culture*, sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar batasan penelitian ini.

Hasil penelitian ini sekaligus memperkuat teori *Uses and Effects* yang menyatakan bahwa penggunaan media dapat menghasilkan efek terhadap khalayak. Dengan demikian, pengaruh terpaan tayangan drama Korea *Start-Up* dalam membentuk persepsi mahasiswa tentang *hustle culture* dapat dijelaskan secara teoritis melalui kerangka *Uses and Effects*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, L. D. S. P. (2024). *Pengaruh terpaan drama korea terhadap persepsi penonton tentang autisme (studi penonton drama korea Extraordinary Attorney Woo)*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta]. <https://repository.upnvj.ac.id>
- Andini, P. R. (2023). Pengaruh Konten Pada Official Akun TikTok Ruangguru Terhadap Prestasi Belajar Followers. *Janaloka : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 15. <https://doi.org/10.26623/janaloka.v1i1juni.7022>

- Atira, S., & Hasmira, M. H. (2022). Persepsi Mahasiswa Universitas Negeri Padang Tentang Kebudayaan Masyarakat Korea Pasca Menonton Tayangan Drama Korea. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 5(1), 85–93. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i1.598>
- Burhani, G. B. (2026). *Pengaruh Terpaan Drama Korea "The Glory" terhadap Persepsi Penonton tentang Pembullying (Survey kepada Pengikut akun X @netflixid)* [Universitas Mercu Buana]. <https://doi.org/10.2307/44280057>
- GoodStats. (2025). Film dari 7 negara ini jadi favorit publik RI, ada Indonesia. Diakses pada 30 September 2026, dari <https://data.goodstats.id/statistic/film-dari-7-negara-ini-jadi-favorit-publik-ri-ada-indonesia-Vyo2l>
- Irma, I., Azzahra, R. Q., Patiung, R., & Bakar, R. M. (2022). Pencegahan Perilaku Hustle Culture pada Karyawan di PT. Pertamina Patra Niaga Regional Sulawesi Melalui Psikoedukasi Non-Pelatihan. *DEVOTE: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 1(2), 71–76. <https://doi.org/10.55681/devote.v1i2.355>
- Maharani, A. P., Martono, N., & Rizkidarajat, W. (2024). The Behavior of Hustle Culture among Students in Faculty of Social and Political Science Jenderal Soedirman University. *International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 2(1), 24–36. <https://doi.org/10.37329/ijms.v2i1.2796>
- Munawaroh, S., Adnjani, M. D., & Mulyadi, U. (2022). Pengaruh Terpaan Film Pendek “Kenapa Belum Nikah?” Terhadap Persepsi dan Sikap Penonton Tentang Orang yang Melajang. *Prosiding KONSTELASI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA*, 190–200. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuhum/article/view/20708/6726>
- Putri, Y., Juniarsih, N., & Komalasari, M. A. (2024). Konstruksi dan Dampak Drama Korea dalam Kehidupan Sosial, Kinerja Akademik dan Motivasi Karir (Studi Mahasiswi di Kota Mataram). *Proceeding Seminar Nasional Mahasiswa Sosiologi*, 2(2), 289–305. <https://proceeding.unram.ac.id>
- Rahina, D. A. (2022). *Analisis Resepsi Etos Kerja dalam Drama Korea Start-Up*. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/42339>
- Rahmah, A. F. N. (2023). *Pengaruh Intensitas Menonton Film Yuni Terhadap Persepsi Pernikahan Dini Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*, (2023). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sabila, N., Safitri, D., & Sujarwo. (2026). Pengaruh Hustle Culture Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Pekerja Part-Time Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Negeri Jakarta. *Innovative and Creativity*, 6(1), 1938–1948. <https://doi.org/10.31004/joecy.v6i1.6742>
- Sari, I., Filia, & Rostineu. (2026). Korean Dramas As A Catalyst For South Korean Cultural Diplomacy: A Decade of Influence in Indonesia (2015-2025). *International Review of Humanities Studies*, 11(1), 399–416. <https://doi.org/10.7454/irhs.v11i1.1459>
- Sendjaja, et al. (2023). *Teori komunikasi*. Tangerang Selatan: Penerbit Universitas Terbuka.
- Ulfah, M. N., & Nurdin, M. F. (2022). Hustle Culture: A New Face of Slavery Mutiah. *Aliansi : Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional*, 226–233.
- Winarti, W. (2022). *Pengaruh Drama Korea "True Beauty" Terhadap Persepsi Remaja Putri Smkn 4 Pekanbaru* [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim]. <http://repository.uin-suska.ac.id/64272/>
- Yuningsih, Y., & Prasetya, M. (2022). Technology Makes Hustle Culture Still Happened in Pandemic Covid 19. *Proceedings of the 4th International Conference of Economics, Business, and Entrepreneurship, ICEBE 2021, 7 October 2021, Lampung, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai-7-10-2021.2316240>