

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Korea Selatan dengan berbagai produk budaya seperti serial drama, musik pop, makanan, fashion, *make up* dan lainnya sudah dikenal di seluruh dunia. Semua produk tersebut merupakan bagian dari budaya pop Korea. *Hallyu* adalah istilah untuk menggambarkan peningkatan popularitas budaya Korea Selatan di seluruh dunia dalam bentuk serial TV drama, film, musik populer melalui media massa (Chua & Iwabuchi, 2008; Leksmono, 2016). *Korean wave* ini dimulai dari Asia Timur, ke Amerika terutama Latin Amerika, Timur Tengah dan sebagian Eropa (Ravina, 2009; Lee, 2011; Leksmono, 2016). Melalui penyebaran budaya Korea, orang-orang di seluruh dunia mulai lebih mengenal negara ini dan popularitas produk budayanya membantu negara ini untuk meningkatkan citranya di kancah internasional (Hong, 2014).

Salah satu produk budaya pop Korea yang memiliki banyak penggemar adalah film seri drama dan musik pop Korea (K-pop). Pada bulan November 1999, salah satu media cetak di Cina yaitu *Beijing Youth Daily* pertama kali menggunakan istilah “Hallyu” atau *Korean Wave* dalam melaporkan tentang kepopuleran produk budaya asing dalam hal ini Korea Selatan yang belum pernah terjadi sebelumnya di Tiongkok. Istilah ini muncul karena kesuksesan konser grup pop Korea yang terkenal di Beijing. Sejak saat itu, istilah ini telah banyak digunakan untuk menggambarkan popularitas budaya pop Korea Selatan di luar negeri. *Korean wave* yang terjadi di Tiongkok sangat berkembang di Cina dan dapat terlihat dari jumlah drama yang diimpor dari Korea meningkat tajam. Pada September 2000, setidaknya 24 drama Korea disiarkan di televisi Cina (Eun, Seok Lee, 2000; Kim, 2010).

Selama masa pembatasan sosial berskala besar saat pandemi Covid-19 di Indonesia, sejak Maret 2020 ini banyak masyarakat yang harus melakukan semua aktivitasnya dari dalam rumah, karena kantor, sekolah, tempat usaha dan pusat

perbelanjaan serta pusat-pusat keramaian lainnya harus ditutup untuk sementara dari semua aktivitas. Hal ini berakibat banyaknya masyarakat yang memiliki waktu luang di rumah dan mereka memilih menghabiskan waktu luang tersebut dengan menonton drama Korea. Menurut survei yang dilakukan oleh peneliti LIPI pada tahun 2020 ialah pada saat sebelum pandemi Covid 19 responden yang menonton K-drama di Indonesia hanya menghabiskan waktu 2,7 jam per hari namun selama pandemi Covid 19 terjadi peningkatan menjadi 4,6 jam per hari. Dan berdasarkan hasil penelitian LIPI ini peningkatan penonton K-drama terjadi di masa pandemi Covid 19 di Indonesia yaitu sebanyak 92,6% responden adalah perempuan dan 7,4% lainnya adalah laki-laki (Nadila et al., 2020).

Adanya perbedaan preferensi program televisi diantara laki-laki dan perempuan. Di mana perempuan lebih menyukai program fiksi seperti opera sabun dan drama, sementara laki-laki menyukai program berita dan olahraga (Morley, 1986; Rastati, 2021). Munculnya laki-laki pada pusran drama Korea atau K-drama dapat dilihat menjadi indikasi awal memudarnya *stereotype* bahwa drama Korea hanya menarik bagi kalangan perempuan saja. Sudah banyaknya di zaman sekarang ini *genre* drama mulai dari romantis hingga *action* membuat drama Korea pada akhirnya dinikmati tidak hanya oleh perempuan saja namun juga penonton laki-laki. Hal ini yang membuat drama Korea menjadi lebih terbuka dan dapat dinikmati berbagai kalangan (Rastati, 2021).

K-wave yang dikonsumsi selama pandemi bisa mengurangi stres. Pengetahuan mengenai konten K-wave memungkinkan audiens di Indonesia untuk menjaga hubungan sosial mereka dan menjaga mental mereka kesehatan di tengah pandemi. Merebaknya COVID-19 telah mempengaruhi audiens dalam berbagai cara. Mereka mengalami gangguan tidur, kecemasan, dan kehilangan konsentrasi. Namun, melalui konsumsi konten K-wave tampaknya membawa kenyamanan yang mereka butuhkan untuk melewati pandemi (Drianda et al., 2021). Dapat disimpulkan bahwa konsumsi konten K-wave pada audiens di Indonesia selama masa pandemi Covid 19 membantu mengurangi stress dan memberikan kenyamanan kepada mereka dan memungkinkan melewati masa pandemi ini.

Media yang digunakan untuk menonton Korean drama (K-drama) selama masa pandemi Covid 19 ini tidak hanya melalui saluran televisi namun juga dapat diakses pada aplikasi *web video streaming* seperti Netflix, Viu, Iflix dan aplikasi lainnya. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh LIPI pada bulan Agustus tahun 2020, penonton K-drama di masa pandemi COVID-19 di Indonesia mengalami kenaikan presentase jumlah penonton akibat adanya penonton baru yang sebelumnya tidak pernah menonton drama seri Korea (K-drama) sama sekali sebanyak 12.2%. Hasil survei ini menunjukkan bahwa mengkonsumsi tayangan hiburan di saat masa krisis pandemi Covid-19 ini menjadi kegiatan yang banyak dilakukan (Nadila et al., 2020).

Selain itu di awal tahun 2020, Netflix menyatakan bahwa terdapat penambahan *customer* baru sebanyak 15.8 juta di seluruh dunia. Peningkatan pengguna Netflix tersebut diperkirakan terus meningkat tajam ke depannya dan total kurang lebih pengguna Netflix di seluruh dunia ialah 183 juta pengguna (Riandi, 2020).

Salah satu contoh drama seri yang paling diminati oleh masyarakat di Indonesia berjudul "Start-Up". Seri drama ini tidak hanya diminati oleh penonton perempuan saja namun kaum pria dari berbagai usia juga menjadi penggemar tayangan ini. Drama seri ini ditayangkan melalui aplikasi Netflix drama dan juga ditayangkan di stasiun televisi Korea Selatan, tvN (Tarida, 2020). Selama masa pandemi Covid 19 ini, masyarakat Indonesia tetap membutuhkan hiburan dan salah satunya dengan cara menonton K-drama Start-Up di televisi serta melalui aplikasi Netflix.

Penonton tayangan drama di media massa sering kali ikut larut dan terpengaruh oleh cerita yang mereka tonton. Menurut Kim yang meneliti tentang pengaruh penerimaan K-drama di negara-negara Asia Tenggara, dalam Lee et al (2020), budaya Korea yang dihadirkan di dalam drama-drama tersebut seolah-olah menyatu dengan kehidupan pribadi penontonnya karena tayangan K-drama tersebut menampilkan kehidupan sehari-hari yang akhirnya ditiru oleh khalayak yang menontonnya.

Menurut Tuk (2014), drama Korea adalah budaya populer Korea yang paling banyak dikonsumsi dan diekspor serta tersebar di seluruh dunia. Hal ini juga menyebar sampai ke Indonesia dan berkembang pesat, *Korean wave* mulai

menyebarkan di Indonesia melalui K-Drama. Lebih dari 50 drama seri Korea Selatan ditayangkan di stasiun televisi di Indonesia, dan dari sekian K-Drama yang ditayangkan di Indosiar, yang memperoleh rating tinggi ialah dari drama seri *Full House* yang mencapai rating mendekati 40% saat ditayangkan di tahun 2005 (Chung, 2011).

Melalui menonton K-drama individu secara aktif mengeksplorasi peran membangun diri mereka sendiri dan menafsirkan kehidupan mereka. Pengaruh yang mereka dapatkan dari menonton drama tersebut memungkinkan mereka untuk membongkar ulang pemahaman mereka untuk membangun diri mereka sendiri (Choi, 2013)

Lebih lanjut, pemaknaan dan konstruksi diri merupakan proses yang berkesinambungan dalam kehidupan masyarakat (Kellner, 2009). Dengan penciptaan makna dan presentasi diri yang tak ada habisnya dalam diri orang, penting untuk menyelidiki bagaimana penonton pria ini menggambarkan kehidupan mereka di dalam kaitannya dengan menonton drama Korea (K-drama).

Di Indonesia pada penelitian sebelumnya terkait dengan penonton K-drama Pria lebih banyak membicarakan tentang maskulinitas, tapi bagaimana sebenarnya untuk mengetahui motif kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diajukan oleh penonton pria ini dalam menonton drama dan film Korea belum terdapat penelitian lebih lanjutnya. Terdapat beberapa jurnal baik dari luar negeri dan Indonesia yang membahas terkait hal tersebut yaitu:

- 1) Pada penelitian yang dilakukan oleh Lat & Tacla (2018), ini mengkaji bagaimana pemirsa pria Filipina membangun citra diri mereka melalui drama Korea. Dan secara khusus juga bertujuan untuk mengeksplorasi pembuatan makna dan negosiasi makna-makna tersebut kepada para peserta serta presentasi dan manifestasi konkretnya dalam kehidupan sehari-hari mereka. Para peneliti menggunakan wawancara satu-satu. Pengkodean terbuka, aksial, dan selektif *grounded theory* dilakukan dalam memeriksa data. Studi ini mengungkapkan bahwa konstruksi diri

di antara penonton laki-laki drama Korea bervariasi dari emosi yang ditimbulkan, genre, pandangan pribadi, motif pengalaman, preferensi, eksposur, perubahan, wacana, dan nilai-nilai yang diperoleh.

- 2) Pada penelitian Lin & Tong (2007), ini mengkaji bagaimana konsumsi beberapa pria terpelajar, Tionghoa, heteroseksual terhadap drama TV Korea di masyarakat akhir atau pasca-industri (tetapi bukan pasca-kapitalis) di Hong Kong. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sementara batas-batas gender biner semakin tidak stabil dan seperti terlintasi. Berdasarkan pengalaman hidup sehari-hari mereka, batas-batas ini juga secara bersamaan seperti digantungkan oleh beberapa pria di dalam konsumsi mereka saat menonton drama Korea yang menyenangkan. Dapat dilihat juga pada penelitian ini banyak terjadi dilema dan tekanan yang dihadapi oleh pria dalam masyarakat Hong Kong modern, dan terkadang mereka perlu melarikan diri ke fantasi romantis yang diciptakan oleh drama TV untuk beristirahat dari kehidupan kerja mereka yang keras dan ketegangan yang mereka dapatkan dalam kehidupan pribadi, seperti juga yang dilakukan banyak wanita modern. Metode pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari wawancara mendalam individu dan kuesioner akhir wawancara.
- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Briandana et al., (2018), menemukan bahwa identitas diri dibangun berdasarkan apa yang dilihat oleh informan. Kegiatan menonton program serial K-drama dianggap sebagai upaya eksplorasi yang meliputi proses pencarian informasi dan pemahaman yang mendalam. Secara spesifik, hasil kegiatan informan menonton K-drama dimanfaatkan sebagai metode untuk menggali informasi baru dan memperoleh penemuan baru yang dapat dijadikan acuan dalam membangun identitas diri. Metode yang digunakan ialah kualitatif yang diterapkan di dalam penelitian ini serta pengumpulan datanya dilakukan dalam bentuk *focus group discussion* dan observasi.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, maka dapat dilihat bahwa penelitian tentang motif kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diajukan oleh

penonton pria ini dalam menonton drama dan film Korea belum terlalu banyak dibicarakan di Indonesia, pada penelitian sebelumnya yang dilakukan di Filipina dan Hongkong lebih cenderung berkaitan antara menonton K-drama dan maskulinitas pria yang menontonnya. Dan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan pada penonton Indonesia belum ada yang berfokus pada penonton pria terlebih lagi pada masa pandemi Covid 19 di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan lebih lanjut terkait dengan motif kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diajukan oleh penonton pria di Jakarta ini dalam menonton drama Korea atau K-drama.

1.2 Fokus Penelitian

Pada permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya, peneliti ingin menganalisa lebih jauh terkait dengan motif kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diajukan oleh penonton pria di Jakarta ini dalam menonton drama Korea.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui motif kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diajukan penonton pria di Jakarta dalam menonton drama Korea. Dapat di lihat dari latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, terdapat permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu,

- 1) Bagaimana motif kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diajukan penonton pria di Jakarta dalam menonton drama Korea?

1.4 Tujuan Penelitian

Pada tujuan penelitian untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dan menjadi perhatian pada penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini yaitu agar dapat mendeskripsikan bagaimana motif kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diajukan penonton pria di Jakarta dalam menonton drama Korea.

1.5 Signifikansi Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh signifikansi penelitian yang positif baik secara praktis maupun akademis, yaitu:

- 1) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk masukan informasi dan bahan kajian mengenai pembelajaran terkait motif kepuasan dan kepuasan yang

diajukan penonton K-drama dan lebih lanjutnya ialah *Korean wave* di Indonesia sehingga dapat menambah wawasan akan pengetahuan analisis resepsi K-drama dan *Korean wave* atau *Hallyu* di Indonesia.

2) Manfaat Akademis

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi perkembangan penelitian di dalam hal motif kepuasan dan kepuasan yang diajukan penonton K-drama bagi masyarakat di Indonesia dan diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti terkait motif kepuasan menonton K-drama.

