

## PERSEPSI PEREMPUAN TENTANG TAYANGAN DRAMA ROMANTIS KOREA DI INDOSIAR

Maria Erniyanti Kedi

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tungadewi

Email: mariaerni23@gmail.com

**Abstrak:** Drama telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat di dunia sebagai salah satu bentuk media hiburan yang dapat memenuhi imajinasi penonton serta berkaitan erat dengan berbagai aspek kehidupan. Banyak aspek yang disajikan dalam sebuah drama, misalnya alur cerita, karakter tokoh atau pemain, kostum, ilustrasi musik, dan *setting*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi perempuan tentang tayangan serial drama Korea dan dampak dari serial Drama Korea terhadap gaya hidup kaum perempuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini adalah Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang di Jalan Telaga Warna Blok C, Tlogomas Malang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan Focus Group Discussion (FGD). Hasil penelitian menjelaskan penyebaran budaya pop Korea baik drama, film dan musik, terjadi hegemoni dalam hal selera dimana pemilihan tayangan hiburan lebih dominan pada Korea. *Fashion* Korea juga banyak berpengaruh terhadap selera para penggemar budaya pop Korea. Mereka memiliki keinginan untuk mengikuti gaya berbusana Korea yang mereka anggap keren dan unik. Hal tersebut juga berpengaruh pada pola pergaulan.

**Kata kunci:** Drama Korea, Fashion, Pola Hidup

**Summary:** *Drama has become part of people's lives in the world as a form of entertainment media which can satisfy the audience's imagination and is closely related to various aspects of life. Many aspects are presented in a drama, for example storylines, characters or players, costumes, musical illustrations, and settings. The purpose of this research was to determine the perceptions of women on the Korean drama series of impressions and the impact of the Korean drama series on women's lifestyle. This research used a qualitative approach. The location of this research is in Tribhuwana Tungadewi University of Malang at Jalan Telaga Warna Block C, Tlogomas Malang. Data collection techniques used were observation, interviews and Focus Group Discussion (FGD). The results of the study describes the spread of Korean pop culture both dramas, movies and music, there hegemony in terms of taste where the election is more dominant entertainment shows in Korea. Fashion Korea too much effect on the taste of Korean pop culture fans. They have a desire to follow the style of dress Korea they consider cool and unique. It also affects the social patterns.*

**Keywords:** *Korean Drama, Fashion, Lifestyle*

### PENDAHULUAN

Drama telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat di dunia sebagai salah satu bentuk media hiburan yang dapat memenuhi imajinasi penonton serta berkaitan erat dengan berbagai aspek kehidupan. Pembuatannya pun mengandung berbagai maksud yang ingin disampaikan. Informasi yang tersaji dalam sebuah drama dapat memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat. Banyak aspek yang disajikan dalam sebuah drama, misalnya alur cerita, karakter tokoh atau pemain, kostum, ilustrasi musik, dan *setting*. Gambar hidup yang ditampilkan di drama memberi dampak yang berbeda dari untaian kata-kata dalam sebuah buku, yang berasal dari kisah nyata atau fiktif/imajinatif.

Pernahkah anda berpikir, mengapa hampir seluruh Mahasiswa di kampus Anda menggunakan celana *Jeans* pada saat yang bersamaan, memiliki gaya rambut yang berbeda, dan gaya pacaran yang berbeda dari biasanya, atau mengapa teman-teman Anda lebih senang menghabiskan waktu di *Starbucks* atau *J'Co Donnut* yang harganya lebih mahal enam sampai delapan kali lipat dari harga di warung pinggir. Atau tidak timbulkah rasa heran di benak Anda mengapa sebagian besar penduduk dunia sangat menyukai ritual menonton sepak bola yang membutuhkan waktu ekstra dini

hari yang akan mengurangi jatah tidur penikmat sepak bola. Tentunya aneh jika Anda berpikir bahwa hal itu dipicu atas kesepakatan bersama. Hal inilah yang dinamakan budaya populer atau lebih dikenal sebagai budaya pop saja yaitu budaya yang banyak diminati oleh masyarakat tanpa ada batasan geografis.

Menurut Chatman, (1999:16) “ *moves-also called motion pictures, film, or cinema-are of the most popular types of entertainment* “. ( Film atau gambar yang disebut juga gambar bergerak. Gambar, film atau bioskop, adalah salah satu jenis hiburan yang paling populer).

Selama sepuluh tahun terakhir ini, demam budaya pop Korea melanda Indonesia. Fenomena ini dilatarbelakangi Piala Dunia Korea-Jepang 2002 yang berakhir dengan masuknya Korea sebagai kekuatan empat besar dunia dalam hal persepakbolaan. Kesuksesan Korea di Piala Dunia 2002 semakin mempersohor nama Korea di mata dunia. Beberapa waktu menjelang, selama dan setelah hiruk-pikuk Piala Dunia, beberapa stasiun televisi swasta di tanah air gencar bersaing menayangkan musik, film-film maupun sinetron-sinetron Korea.

Dari beberapa jenis drama, terdapat salah satu jenis drama yang paling banyak diminati dan juga dapat ditonton yaitu drama romantis Korea. Pada saat ini, tren drama Korea semakin mewarnai program televisi di Indonesia. Hal ini tentu saja tak lepas dari membludaknya penggemar drama Korea di Indonesia itu sendiri drama-drama Korea yang pernah tayang di televisi swasta dan nasional Indosiar dan ANTV , dimana drama Korea *Naughty Kiss*, *City Hunter* ataupun *Dream High*, sempat memiliki rating yang tinggi.

Sejak Indosiar menayangkan drama Asia, stasiun TV lain juga mulai berlomba-lomba menayangkan drama Korea. Salah satunya adalah ANTV. Mulanya TV swasta itu tidak pernah menayangkan drama Korea, namun semenjak drama Korea mulai digemari, ANTV mencoba menayangkannya mekipun awalnya hanya berupa drama Korea *Rerun* . Penulis akan membedah fenomena ini dengan menggunakan teori ketergantungan sistem media. DeFleur dan Ball-Rokeach menjelaskan “bahwa semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipuaskan oleh penggunaan media, semakin penting peran media dalam hidup orang tersebut, sehingga semakin besar pengaruh yang dimiliki media” (Baran dan Davis, 2010:340).

Dampak terbesar dari serial drama romantis Korea terlihat nyata pada kaum perempuan, karena kaum perempuan lebih menggunakan perasaan dari pada logika. Perasaan yang dimiliki oleh perempuan lebih peka apabila dibandingkan dengan kaum pria. Selain cantik, perempuan memiliki karakter yang sangat rumit dan kompleks. Bukan hanya masalah pribadinya saja yang mempengaruhi, tetapi juga latar belakang, nilai moral dan budaya, pandangan hidup, tingkat intelektualitas, dan lain-lain.

## **METODE PENELITIAN**

Setiap kegiatan penelitian sejak awal sudah harus ditentukan dengan jelas pendekatan atau desain penelitian apa yang akan diterapkan. Hal ini dimaksudkan agar penelitian tersebut benar-benar mempunyai landasan kokoh dilihat dari sudut pandang metodologi penelitian, disamping pemahaman hasil penelitian yang akan lebih proposional apabila pembaca mengetahui pendekatan yang diterapkan.

Berdasarkan tujuan penelitian, yakni untuk mengetahui persepsi perempuan tentang tayangan serial drama Korea dan dampak dari serial Drama Korea terhadap gaya hidup kaum perempuan, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Ndraha (2003:18) merupakan “suatu penelitian yang bertujuan Untuk menemukan pengetahuan tentang seluas-luasnya obyek pada satu masa atau saat tertentu”.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Kriyantono (2007), penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk membuat paparan (deskripsi) secara sistematis, faktual, dan akurat, tentang

fakta-fakta dan sifat-sifat obyek tertentu. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran secara obyektif tentang keadaan sebenarnya dari obyek yang diselidiki

. Lokasi penelitian adalah tempat/daerah/wilayah diadakannya suatu penelitian, sedangkan situs penelitian adalah obyek yang akan dilakukan dalam suatu penelitian. Oleh karena itu baik lokasi penelitian maupun situs penelitian perlu untuk dipaparkan guna memberikan gambaran terhadap pelaksanaan penelitian sehingga dapat memberikan kejelasan yang tepat untuk mengumpulkan dan mengelompokkan data-data yang diperlukan, penelitian. Lokasi penelitian ini adalah Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang di Jalan Telaga Warna Blok C, Tlogomas Malang.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, antara lain observasi, wawancara dan Focus Group Discussion (FGD). Menurut Nazir (2003: 27) pengumpulan data adalah “prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan”. Selalu ada hubungan antar metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Masalah dapat memberi arah dan mempengaruhi metode pengumpulan data. Menurut Koentjoro (2005), kegunaan FGD di samping sebagai alat pengumpul data adalah sebagai alat untuk meyakinkan pengumpul data (peneliti) sekaligus alat *re-check* terhadap berbagai keterangan/informasi yang didapat melalui berbagai metode penelitian yang digunakan atau keterangan yang diperoleh sebelumnya, baik keterangan yang sejenis maupun yang bertentangan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam proses ini peneliti mengumpulkan semua informan yang terbagi dalam tiga kelompok. Setiap kelompok terdiri atas lima orang dari masing-masing daerah dan dari setiap program studi yang ada di Unitri.

Dari hasil penelitian yang diperoleh dari teknik FGD langsung dari lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu kampus Unitri dan kantin yang berada di belakang Unitri yang dilakukan terhadap informan yang dianggap representatif terhadap objek masalah dalam penelitian ini, mendapat tiga hal yang patut untuk dilakukan wawancara mendalam atau wawancara lebih lanjut, yakni :

1. Persepsi mahasiswa perempuan tentang tayangan dram Korea
2. Persepsi mahasiswa perempuan tentang tayangan drama Korea di pandang dari sudut agama, norma dan kepantasan
3. Faktor-faktor tayangan drama Korea yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa perempuan Unitri.

Setiap drama Korea yang ditayangkan di televisi baik swasta maupun nasional pada umumnya mempunyai tujuan untuk menarik minat masyarakat untuk menonton. Apalagi yang menonton bukan hanya orang dewasa tetapi juga remaja dan anak-anak.

Berdasarkan hasil wawancara ini peneliti menarik kesimpulan bahwa pengaruh produk budaya pada kehidupan sehari-hari baik produk hiburan maupun keperluan sehari-hari sebagaimana kita lihat, tidak bisa netral secara budaya. Produk apapun, sadar atau tidak, memiliki budaya yang menempel dari Negara yang memproduksinya. Namun, kebanyakan konsumen saat mengonsumsinya tidak terlalu memerhatikan Negara penghasil produk tersebut. Mereka menggunakannya sehari-hari dan menjadi suatu kebiasaan dalam kehidupannya. Ketika akhirnya konsumen menyadarinya, mereka telah terperangkap dalam kebiasaan mengonsumsi media tersebut dengan segala aspek budayanya.

Media massa memiliki peranan yang sangat penting dalam menyosialisasikan budaya pop Korea. Media memiliki kemampuan dalam mengundang perhatian khalayak untuk menyimak berbagai hal yang ditampilkan media. Dengan kemampuan media yang begitu besar, popularitas budaya pop Korea pun semakin menanjak. Hal ini menyebabkan munculnya basis penggemar Korea.

Perkembangan teknologi komunikasi memegang peranan penting dan menyebabkan penyebaran budaya pop Jepang bisa demikian pesatnya sehingga menjadi sebuah komoditas bagi perusahaan-perusahaan Korea. Campur tangan pemerintah Korea juga turut andil dalam mendongkrak popularitas budaya pop Korea.

Tujuan utamanya adalah untuk melancarkan derasny arus komunikasi dari Korea ke Negara-negara di Asia. Korea memanfaatkan popularitas tayangannya selain untuk mendapatkan keuntungan juga sebagai media menyebarkan ideologi agar mereka lebih mudah diterima dunia Internasional. Inilah yang dinamakan taktik ideational system dimana penyebaran ideologi dilakukan dengan sangat halus dan tanpa disadari oleh objek yang akan terkena imbasnya.

Hal ini dikarenakan ideational system mengemas dengan baik sesuatu yang nampak sebagai hiburan padahal sebetulnya memiliki ideologi yang dominan. Ideologi dominan ini berulang-ulang membawa misi untuk memengaruhi khalayak media massa.

Perkembangan teknologi dan komunikasi menyebabkan penyebaran budaya pop korea bisa demikian pesatnya sehingga menjadi sebuah komoditas bagi perusahaan-perusahaan Korea. Campur tangan pemerintah Korea dalam mendongkrak ekspansi budaya melalui tayangan hiburan makin melancarkan derasny arus komunikasi Korea ke Negara-negara Asia, termasuk Indonesia. Komoditas budaya pop Korea yang disebarkan oleh media memproduksi apa yang disebut sebagai kesadaran palsu, sehingga para penggemar tak sadar bahwa mereka terhegemoni oleh budaya pop Korea. Para remaja penggemar budaya pop Korea menganggap bahwa budaya pop Korea yang mereka gemari ini sebagai sesuatu yang memang bernilai dan berguna. Bahkan, mereka memandang sebelah mata pada pada budaya pop Indonesia.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi mahasiswa perempuan tentang tayangan serial drama Korea dengan mengambil tujuh dari delapan responden sebagai sampel, maka setidaknya peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Pada kasus penyebaran budaya pop Korea baik drama, film dan musik, terjadi hegemoni dalam hal selera dimana pemilihan tayangan hiburannya lebih dominan pada Korea, sehingga terjadi homogenisasi selera akan segala sesuatu yang bernuansa Korea. Hegemoni selera terhadap budaya pop Korea pada segala sesuatu yang bernuansa Korea ternyata juga mempunyai tingkatan pada tiap informan. Tiap informan memiliki tingkatan yang berbeda dalam mengadopsi budaya pop Korea.
2. Ketujuh responden merasa, ia kini menjadikan produk Korea di pasaran sebagai barang incaran untuk mengikuti mode para artis Korea. *Fashion* Korea juga banyak berpengaruh terhadap selera para penggemar budaya pop Korea. Mereka memiliki keinginan untuk mengikuti gaya berbusana Korea yang mereka anggap keren dan unik. Dengan aneka norma dan nilai budaya lokal yang melekat dalam praktek sosial sehari-hari, memengaruhi tingkat dominasi budaya pop korea terhadap diri informan. Dalam pembentukan identitas, *dominant reader* adalah orang yang amat terobsesi pada Korea. Dalam kasus ini, ada dua informan yang digolongkan sebagai *dominant reader*. Tingkat hegemoni media para informan ini amat tinggi.
3. Dalam pembentukan pribadinya, narasumber merasakan identitas Ke-Korea-an mereka sebagai sesuatu yang eksklusif, subjek melakukan avowal sebagai seseorang yang sangat Korea dan tidak memperdulikan *description* orang lain terhadap dirinya. Mereka juga adalah tipe orang yang hanya nyaman bergaul dengan sesama penggemar Korea. Jadi, bila ia menemukan orang di sekitarnya yang tidak menyukai Korea, maka ia akan meninggalkannya. Sementara

empat subjek lainnya masuk dalam klasifikasi *negotiated reader*. Mereka adalah orang-orang yang mengkondisikan penerimaan nilai-nilai budaya pop Korea dengan lingkungan sekitarnya.

### **SARAN-SARAN**

Implikasi dari penelitian ini adalah bagaimana media dengan kekuatannya menyebarkan budaya pop Korea dan menarik banyak peminat di berbagai belahan dunia. Bertitik tolak dari pembahasan ini, maka yang bisa dijadikan saran atau setidaknya bahan pertimbangan yaitu :

1. Sebagai khalayak media, kita sebaiknya harus melek media dan tidak serta merta menganggap segala yang ditawarkan media itu bersifat positif buat kita.
2. Perlu adanya pertimbangan-pertimbangan terhadap setiap program yang kita saksikan melalui media massa untuk menghindarkan diri kita agar tidak terjebak dengan kebutuhan-kebutuhan palsu yang diciptakan kapitalis dan disebarkan melalui media massa.
3. Perlu adanya suatu kebijakan dan upaya dari pemerintah untuk menambah anggaran di bidang pendidikan kebudayaan agar generasi-generasi bangsa menjadi bangga terhadap budayanya sendiri. Saat ini banyak anak muda di Indonesia yang tidak terlalu mengenal budayanya sendiri dikarenakan pemerintah kurang perhatian dalam mengembangkannya. Pendidikan kebudayaan hanya dijadikan ekstra kurikuler dan bukan merupakan suatu kewajiban. Hal ini menyebabkan banyak diantara kita yang tidak lagi memahami budaya lokal.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Baran, S.J. 2012. *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Bungin, B. 2008. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Chatman, S. 1999. *Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film*. Ithaca.
- Ferica, I.2006. *Konsumsi Media Sebagai Gaya Hidup: Dominasi Sistem Tanda dalam Konsumsi Buku Impor Kaum Urban Jakarta*. Volume V, Nomor 3, September-Desember.
- Hujatnikajennong, .2006.*Resistensi Gaya Hidup:Teori dan Realitas*.Yogyakarta:Jalasutra.
- Hutagalung, \_\_\_\_\_.2007.*Globalisasi Budaya di Tengah Masalah Identitas Nasional*.Yogyakarta:Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Megawangi, R 1999. *Membiarkan Berbeda: Sudut Pandang Baru tentang Relasi Gender*. Bandung: Mizan. Cet. I.
- Storey, J.2003.*Teori Budaya dan Budaya Pop*.Yogyakarta: Qalam
- \_\_\_\_\_.2007.*Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*.Yogyakarta:Jalasutra