

PERSEPSI PENGGEMAR DRAMA KOREA TERHADAP BUDAYA KOREA: STUDI KASUS KOMUNITAS X @KDRAMA_MENFESS

Riana^{1*}, Syukur Kholil²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, FIS, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*Korespondensi: riana0603202014@uinsu.ac.id

Citation (APA):

Riana, & Kholil, S. (2024). Persepsi Penggemar Drama Korea Terhadap Budaya Korea: Studi Kasus Komunitas X @Kdrama_Menfess. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 115–125. <https://doi.org/10.33506/jn.v10i1.3352>

Email Authors:

riana0603202014@uinsu.ac.id
syukurkholil@uinsu.ac.id

Submitted: 07 Mei, 2024

Accepted: 10 Mei, 2024

Published: 07 Juni, 2024

Copyright (c) 2024 Riana, Syukur Kholil

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



ABSTRAK

K-pop atau Hallyu adalah gelombang Korea, yaitu fenomena demam mulai dari musik, drama, fashion, makanan dan hal yang berkaitan dengan Korea. Masuknya budaya Korea ke Indonesia berkembang dengan cepat melalui drama-drama seri dan Musik-pop. Media social sudah sangat tidak asing dikalangan masyarakat, media social juga memiliki fungsi fundamental yakni transmisi budaya. Budaya Korean Popular salah satu hasil transmisi buday yang kini digandrungi banyak kalangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi penggemar drama Korea terhadap budaya Korea melalui analisis data wawancara dengan anggota komunitas @kdrama_menfess di media sosial X. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis tematik, mengumpulkan data dengan teknik wawancara, dan menggunakan teori Stimulus Organisme Respon (S-O-R). Subjek yang diteliti adalah 10 informan dari pengikut akun X @kdrama_menfess yang dipilih secara purposive. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggemar drama Korea menemukan berbagai aspek menarik dalam drama Korea, seperti alur cerita yang menarik dan momen-momen yang menggambarkan budaya Korea. Pengalaman menonton drama Korea juga memengaruhi cara penggemar memandang budaya Korea, dengan beberapa diantaranya merasa lebih terhubung dengan karakter yang mencerminkan aspek budaya tertentu.

Kata kunci: Persepsi; Drama Korea; Budaya Korea; @kdrama_menfess

ABSTRACT

K-pop or Hallyu is the Korean wave, which is a feverish phenomenon ranging from music, drama, fashion, food and anything related to Korea. The entry of Korean culture into Indonesia is growing rapidly through drama series and K-pop music. Social media is very familiar among the public, social media also has a fundamental function, namely cultural transmission. Korean Popular culture is one of the results of cultural transmission which is now loved by many people. This study aims to determine the perceptions of Korean drama fans towards Korean culture through analysis of interview data with members of the @kdrama_menfess community on X social media. This research uses qualitative research methods with thematic analysis, collecting data with interview techniques, and using the Stimulus Organism Response (S-O-R) theory. The subjects studied were 10 informants from followers of the X account @kdrama_menfess who were purposively selected. The results of this study show that Korean drama fans find various interesting aspects in Korean dramas, such as interesting storylines and moments that illustrate Korean culture. The experience of watching Korean dramas also affects the way fans perceive Korean culture, with some feeling more connected to characters that reflect certain aspects of the culture.

Keywords: Perception; Korean Drama; Korean Culture; @kdrama_menfess

PENDAHULUAN

Budaya Korea telah menembus batas geografisnya dan merambah ke seluruh dunia, termasuk ke Indonesia, mulai awal tahun 2000-an, dan efeknya terus berkembang hingga saat ini. Fenomena penyebaran budaya Korea ini sering disebut dengan istilah "Korean Wave" atau "Hallyu". Istilah "Hallyu" pertama kali dikemukakan oleh wartawan asal Beijing sebagai respons terhadap perluasan K-Pop yang semakin meluas di China (Toding, 2021). Fenomena ini terutama dipicu oleh maraknya *Boyband* dan

Girlband Korea, atau yang lebih dikenal sebagai K-Pop. Selain itu, daya tarik *Korean Wave* juga melibatkan K-Drama, yang seringkali memikat penggemarnya dengan cerita-cerita yang mendalam dan karakter yang kuat (Shafir & Haq, 2019). Perlu dicatat bahwa perluasan *Korean Wave* di Indonesia dimulai dengan penayangan beberapa judul drama Korea di beberapa stasiun televisi Indonesia, yang secara tidak langsung menarik minat masyarakat, terutama kalangan remaja hingga dewasa.

Korean Wave masuk ke Indonesia dan berperan penting dalam mendidik generasi muda Indonesia tentang budaya Korea (C. R. Putri, 2021). Dengan populasi yang luas, Indonesia menjadi pasar yang signifikan bagi produk-produk Korea yang sedang populer (Etikasari, 2018). Sejalan dengan datangnya *Hallyu* ke Indonesia, pertanyaan penting yang perlu dijawab adalah apakah *Korean Wave* yang datang ke Indonesia berdampak signifikan terhadap persepsi orang Indonesia terhadap budaya Korea Selatan dan niat orang Indonesia untuk mengunjungi Korea Selatan (Widyaningrum et al., 2022). Di Indonesia sendiri terdapat beberapa remaja yang menerapkan gaya hidup yang dianut oleh generasi muda Korea, sekaligus mengonsumsi berbagai produk asal Korea. Akibatnya, terlihat peningkatan jumlah toko atau pedagang yang menyediakan berbagai barang yang berhubungan dengan budaya Korea, baik yang diperoleh secara resmi maupun melalui jalur yang bersifat ilegal, seperti barang-barang bajakan. Drama Korea telah menjadi salah satu budaya yang mendunia, menarik minat penonton dari berbagai belahan dunia. Tak hanya sekadar hiburan semata, drama Korea sering kali menjadi jendela bagi penonton internasional untuk memahami dan mengapresiasi budaya Korea. Dalam setiap episodenya, drama Korea menghadirkan berbagai aspek budaya Korea, mulai dari tradisi, bahasa, makanan, hingga nilai-nilai sosial yang melekat dalam masyarakat Korea. Drama Korea adalah bentuk pertunjukan yang menggambarkan kehidupan masyarakat Korea, baik dalam konteks fiksi maupun non-fiksi. Popularitas drama Korea tidak hanya terbatas di Korea sendiri, tetapi juga telah menyebar ke negara-negara besar, termasuk Indonesia (Ramadhan et al., 2022).

Berdasarkan hasil survei Jakpat yang bertajuk “Indonesia *Mobile Entertainment and Social Media Trends*” pada bulan Januari tahun 2022, Film dan serial Korea Selatan mendominasi preferensi masyarakat Indonesia di *platform Over The Top* (OTT) sepanjang tahun 2022, mencapai persentase sebesar 72%. Sementara itu, film domestik menempati peringkat kedua dengan persentase 69% (Widyaningrum et al., 2022).

Dengan pesatnya pertumbuhan media sosial sebagai platform paling signifikan bagi sirkulasi budaya populer lokal, penggemar global sangat bergantung pada media sosial untuk mengonsumsi *hallyu*. Seperti yang ditekankan menurut (Yong Jin, 2018), bentuk masyarakat digital saat ini yang dikenal dengan era Web 2.0 sedang berkembang menjadi media yang berorientasi pengguna, mengacu pada paradigma teknologi yang berorientasi pada manusia. Di era media sosial, efek jaringan dari kontribusi pengguna adalah kunci pertumbuhan budaya populer, dan *Korean Wave* adalah contohnya (Yong Jin, 2018). Pada zaman digital saat ini, media sosial telah menjadi *platform* utama bagi para penggemar drama Korea untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman menonton, serta menyampaikan pendapat tentang budaya Korea dalam drama Korea. Salah satu media sosial yang dijadikan *platform* untuk berbagi dan bercerita tentang drama Korea adalah media sosial X atau dulunya bernama Twitter.

Fokus dari penelitian ini adalah pada kelompok individu yang disebut sebagai *K-Drama Lovers*, yang merujuk kepada mereka yang memiliki minat yang besar terhadap drama Korea. Dengan popularitas K-Drama yang meningkat di Indonesia, ini mengakibatkan munculnya berbagai komunitas atau fanbase yang fokus pada genre tersebut. Salah satu contohnya adalah fanbase K-Drama *Lovers* di media sosial X dengan akun bernama @kdrama_menfess. Dibandingkan dengan akun fanbase K-Drama lainnya, akun @kdrama_menfess menonjol dengan jumlah pengikut yang terbesar.

Akun X @kdrama_menfess merupakan sebuah *autobase* yang khusus menangani topik-topik terkait drama Korea, film, aktor, aktris, dan program televisi Korea. *Autobase* adalah sebuah platform yang dilengkapi dengan fitur untuk secara otomatis menyampaikan pesan *menfess* (*mention confess*) melalui pesan langsung (*direct message*). Dalam setiap *autobase*, umumnya para pengikut diberikan kesempatan untuk mengirimkan pesan *menfess* atau *tweet* yang kemudian diunggah oleh akun tersebut. Aktivitas pengikut dianggap aktif jika mereka secara rutin berpartisipasi dalam interaksi di dalam forum *autobase*, seperti memberikan komentar, melakukan *retweet*, dan mengirimkan pesan *menfess*. Konsep "*menfess*" merujuk pada praktik dimana seseorang mengungkapkan perasaannya kepada orang lain tanpa mengidentifikasi dirinya secara langsung. Individu tersebut memilih untuk merahasiakan identitasnya dengan mengirimkan pesan kepada akun fanbase. Dalam konteks ini, akun yang menggunakan istilah "*menfess*" dapat diinterpretasikan sebagai platform atau wadah bagi pengguna X untuk berbagi informasi secara anonim (Maulidya & Hidayat, 2023).

Pada akun @kdrama_menfess berfungsi sebagai *platform* bagi para penggemar drama Korea (*K-Drama Lovers*) di Indonesia untuk berbagi informasi dan pengalaman seputar K-Drama. Akun ini telah aktif sejak bulan Juni 2018 di *platform* media sosial X, dan saat ini telah memiliki jumlah pengikut diatas 1 juta, menjadikannya salah satu fanbase K-Drama terbesar di Indonesia. Fanbase ini menunjukkan tingkat aktivitas yang cukup tinggi dengan menyajikan banyak informasi seputar K-Drama setiap hari. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menunjukkan minat yang besar terhadap serial K-Drama dapat diamati melalui tingkat antusiasme yang tinggi (I. P. Putri et al., 2019). Masyarakat ini secara sukarela dan dengan kebanggaan mengadopsi budaya Korea sebagai bagian dari identitas mereka, tanpa adanya tekanan eksternal (Prasanti & Dewi, 2020). Mereka juga tampaknya tidak terlalu mempermasalahkan kemungkinan terpengaruh oleh fenomena budaya yang mungkin terjadi akibat konsumsi konten Korea tersebut. Namun, dalam mengapresiasi K-Drama, penting untuk mempertimbangkan representasi budaya Korea yang sering muncul di dalamnya. Hal ini menjadi titik fokus dalam penelitian ini, khususnya melalui persepsi penggemar drama Korea di komunitas @kdrama_menfess terhadap representasi budaya Korea dalam K-Drama.

Menurut Robbins dalam (Septadinusastra, 2021), persepsi adalah suatu proses yang dilakukan oleh setiap individu untuk mengatur dan menafsirkan pandangan yang dimilikinya agar memberikan makna terhadap lingkungan sekitarnya. Menurut (Topan & Ernungtyas, 2020), persepsi merupakan suatu proses kognitif yang kompleks yang menghasilkan pemahaman yang baru dan unik tentang dunia. Pemahaman tersebut juga dapat sangat berbeda dari kenyataan yang sebenarnya. Sementara itu, menurut Walgito dalam (Apriliani & Setiawan, 2019), persepsi adalah proses yang dimulai dengan penginderaan, seperti melihat atau mendengar, dan kemudian menghasilkan suatu pemahaman baru mengenai hal tersebut.

Berdasarkan beberapa definisi persepsi yang disampaikan oleh para ahli, dapat diketahui bahwa persepsi suatu proses internal yang dimulai dari pengenalan, pemilihan, dan interpretasi pandangan, yang kemudian menghasilkan pemahaman yang baru dan unik tentang lingkungan seseorang. Terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi persepsi setiap individu, termasuk faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi perasaan, prasangka, perhatian, sikap, kepribadian, proses belajar, kondisi fisik, nilai, minat, masalah kejiwaan, kebutuhan, dan motivasi. Sementara itu, faktor eksternal mencakup informasi dari luar, pengetahuan, kebutuhan lingkungan, latar belakang keluarga, keberlawanan, ukuran, pengulangan gerak, dan hal-hal yang dianggap familiar dengan suatu objek (Apsari et al., 2017).

Teori yang diadopsi pada penelitian ini adalah teori S-O-R, singkatan dari *Stimulus Organism Response*, yang diperkenalkan oleh Houland dalam (Abidin, 2022). Teori ini awalnya muncul dalam ranah psikologi namun kemudian diterapkan dalam bidang ilmu komunikasi karena kedua bidang tersebut memiliki fokus pada manusia sebagai objek studi, yang terdiri dari komponen sikap, pendapat, dan persepsi (yang berkaitan dengan pemahaman individu), afeksi (yang berkaitan dengan aspek emosional), dan konasi (yang berkaitan dengan kecenderungan bertindak). Asumsi mendasar dari teori ini adalah bahwa perubahan perilaku dipengaruhi oleh kualitas *stimulus* yang berinteraksi dengan individu (komunikasikan) (Melisa et al., 2023).

Menurut Efendy dalam (Situmeang, 2015), dalam kerangka konseptual model komunikasi S-O-R (*Stimulus Organism Response*), fokus utamanya adalah pada kemampuan pesan untuk menimbulkan tingkat antusiasme yang signifikan pada penerima pesan (komunikasikan), sehingga memungkinkan mereka untuk dengan cepat merespons dan memahami pesan yang diterima, yang kemudian berpotensi memengaruhi perubahan dalam perilaku dan sikap individu. Oleh karena itu, unsur-unsur kunci dalam model komunikasi ini terdiri dari Pesan (*Stimulus*; S), Komunikasikan (*Organism*; O), dan Efek (*Response*; R).

Dalam konteks penelitian ini, peneliti menerapkan teori S-O-R. Pertama, Stimulus (S): Stimulus dalam konteks ini adalah konten K-Drama yang ditonton, termasuk representasi budaya Korea yang terdapat dalam drama tersebut. Stimulus ini mencakup elemen-elemen seperti bahasa, pakaian tradisional, makanan, perilaku sosial, dan lain-lain yang mencerminkan budaya Korea. Kedua, Organisme (O): Organisme merujuk pada proses internal individu, termasuk persepsi, emosi, dan pemikiran mereka terhadap stimulus tersebut. Dalam hal ini, penggemar K-Drama dapat merespons stimulus budaya Korea dalam K-Drama dengan berbagai cara, seperti memahami, menilai, atau merasa terhubung dengan budaya Korea yang direpresentasikan. Selanjutnya, Respons (R): Respons merujuk pada reaksi atau tanggapan yang dihasilkan oleh individu sebagai hasil dari proses internal mereka terhadap stimulus (Topan & Ernungtyas, 2020). Misalnya, penggemar K-Drama dapat merespons dengan meningkatnya minat terhadap budaya Korea, keinginan untuk belajar lebih lanjut tentang budaya tersebut, atau perasaan positif terhadap drama yang berhasil mewakili budaya Korea dengan baik.

Adapun penelitian terdahulu yang ditulis oleh (Yunus Ahmad et al., 2024) penelitian ini menunjukkan bahwa hasil bahwa *Korean Wave* menyebar melalui sosial media yang saat ini banyak digandrungi oleh remaja, banyak faktor yang mempengaruhi ketertarikan terhadap *K-Wave* seperti *fashion style*, warna musik, produk kecantikan, dan lainnya. Dampak dari *K-Wave* yang beragam diantaranya adalah meningkatnya semangat belajar bahasa asing, kerja keras, menghasilkan uang dengan menjual

marchandise, dan lainnya. Kemudian penelitian (Arif & Shinta, 2023) menunjukkan bahwa remaja mempersepsikan dirinya sebagai individu yang mencintai dan menghargai dirinya serta sebagai “pejuang” atas tantangan-tantangan hidup yang dialami. Drama Korea juga memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap ideal diri, sikap dan perilaku remaja sehari-hari. Selain hal di atas, melalui drama Korea, remaja juga dapat menambah pengetahuan tentang budaya, bahasa Korea serta *fashion*.

Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas bagaimana penggemar K-Drama di komunitas @kdrama_menfess memandang budaya Korea dalam K-Drama serta mengidentifikasi aspek-aspek budaya Korea yang sering muncul dalam drama tersebut menurut perspektif mereka. Dengan memahami pandangan dan persepsi mereka, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih dalam tentang hubungan antara penggemar K-Drama di Indonesia dengan budaya Korea yang disajikan dalam konten yang mereka konsumsi.

Penelitian ini memiliki manfaat yang signifikan, baik dari segi praktis maupun teoritis, yang dapat memberikan kontribusi penting dalam pemahaman tentang hubungan antara drama Korea (K-Drama) dan penggemarnya di komunitas @kdrama_menfess di Indonesia. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana drama Korea menggambarkan budaya Korea, serta bagaimana hal tersebut dipahami dan diterima oleh para penggemar. Penelitian ini juga akan memberikan wawasan yang lebih baik tentang peran media sosial dalam membentuk persepsi dan pandangan penggemar terhadap budaya Korea. Sementara itu, dari segi teoritis, penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam pengembangan teori-teori baru dalam bidang studi media dan budaya populer. Dengan menganalisis bagaimana media digital dan komunitas online memengaruhi persepsi budaya, penelitian ini dapat memperkaya kerangka teoritis yang ada dan membuka jalan bagi pengembangan teori-teori baru yang lebih sesuai dengan keadaan zaman saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan baik secara praktis maupun teoritis dalam memahami tren budaya populer, serta bagaimana media, budaya, dan komunitas online saling berinteraksi di era digital saat ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu upaya penelitian yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, melalui deskripsi verbal, ucapan, dan bahasa, dalam konteks yang relevan, dengan menggunakan berbagai metode ilmiah (Moleong dalam Kartini et al., 2022). Metode pengumpulan data yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Observasi merujuk pada pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap responden penelitian dalam situasi kehidupan sehari-hari dan kegiatan rutin yang mereka lakukan. Menurut Rowley dalam (Abidin, 2022), wawancara adalah suatu metode pengumpulan data yang dapat dilakukan secara terstruktur, semi-terstruktur, atau tidak terstruktur. Penjelasan ini diperkuat dengan pandangan dari Winardi dalam (Situmeang, 2015), yang menyatakan bahwa wawancara tidak terstruktur mirip dengan percakapan biasa, berbeda dengan jenis wawancara lain yang sering dianggap sebagai percakapan terkendali yang lebih mengutamakan kepentingan pewawancara. Dengan demikian, penggunaan salah

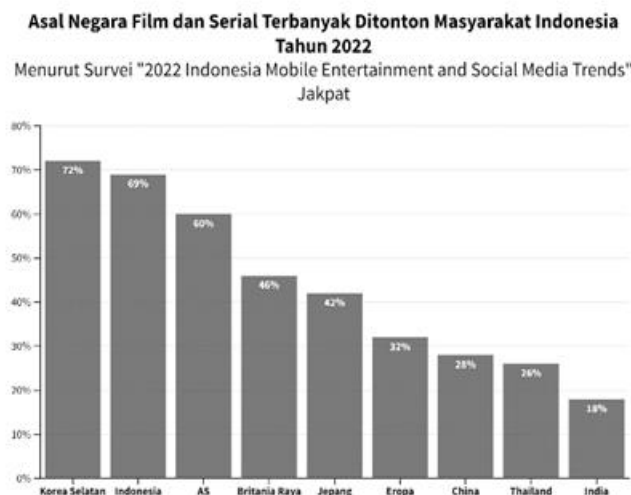
satu teknik wawancara tersebut diharapkan dapat membantu penulis dalam mencapai tujuan penelitian (Sutrisno, 2021).

Subjek penelitian dipilih dari pengikut akun X @kdrama_menfess karena akun tersebut menunjukkan tingkat keaktifan yang tinggi dalam menyebarkan informasi seputar K-drama, dan dianggap sebagai sumber yang lebih spesifik untuk mengeksplorasi objek penelitian. Sepuluh Informan dipilih secara *purposive* dari pengikut akun X @kdrama_menfess, dengan mempertimbangkan tingkat partisipasi dan keaktifan dalam berinteraksi dengan *fanbase* @kdrama_menfess. Panduan wawancara yang terstruktur telah disusun untuk memastikan konsistensi dalam pengumpulan data. Wawancara dilakukan satu lawan satu dengan setiap informan di media sosial. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif, seperti analisis tematik. Analisis tematik akan membantu dalam mengidentifikasi pola-pola tematik yang muncul dari data yang dikumpulkan, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi dan pandangan pengikut akun X @kdrama_menfess terhadap representasi budaya Korea dalam K-drama serta aspek-aspek budaya Korea yang sering muncul dalam drama tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi penggemar drama Korea terhadap budaya Korea melalui media sosial X adalah sesuatu yang sangat menarik. Penggemar drama Korea berbagi keseruan dan respon mereka terhadap drama Korea dan berinteraksi dengan sesama melalui berbagai jenis media sosial, salah satunya yaitu media sosial X. Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi penggemar drama Korea terhadap budaya Korea, dengan menggunakan metode kualitatif dan teori Stimulus-Organisme-Respon (S-O-R). Fokus penelitian ini adalah pada komunitas @kdrama_menfess di media sosial X, yang merupakan salah satu wadah utama bagi penggemar untuk berinteraksi dan berbagi informasi tentang drama Korea. Data penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dengan 10 anggota komunitas tersebut, dengan pertanyaan yang dirancang untuk mengeksplorasi tiga aspek utama, yaitu: Stimulus (S), Organisme (O), Respon (R).

Gambar I: Film dan serial favorit masyarakat Indonesia berdasarkan asal negaranya



Sumber: Good Stats 2023

Stimulus (S)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggemar drama Korea tertarik untuk menonton karena berbagai faktor, termasuk alur cerita yang menarik, genre, diperankan oleh aktor/aktris favorit, dan melihat cuplikan atau trailer dramanya.

“Saya tertarik menonton drama setelah menonton cuplikan drama yang tersebar di internet ataupun aktor pemeran drama tersebut merupakan aktor yang saya tunggu-tunggu karyanya”. (Informan 1)

“Yang membuat saya tertarik dengan drakor awalnya karena visual para pemerannya. Terus beralih fokus ke jalan ceritanya yang dikemas dengan baik dan banyak pelajaran hidup yang dapat dipetik. Kaya komplit aja gitu drakor tuh. Sedihnya dapet, komedinya dapet, aura-aura menegangkannya juga dapet”. (Informan 2)

“Karena trailer yang menarik, genrenya, dan ketenaran aktor dan aktris yang bagus sehingga saya mempunyai stigma “pasti dramanya bagus””. (Informan 3)

Stimulus dalam konteks ini adalah konten dari K-Drama yang ditonton, yang mencakup representasi budaya Korea (Apriliani & Setiawan, 2019). Bahasa, pakaian tradisional, makanan, perilaku sosial, dan aspek-aspek lain dari budaya Korea termasuk dalam stimulus ini. Hasil wawancara penulis mengungkapkan bahwa responden tertarik untuk menonton drama setelah melihat trailer drama yang tersebar di internet, atau aktor yang memerankan drama tersebut adalah pemain yang sedang menunggu pekerjaan. Selain itu, responden juga awalnya tertarik pada drama korea (drakor) karena penampilan para pemerannya. Kemudian alihkan perhatian Anda pada kisahnya, yang ditulis dengan baik dan mengandung banyak pelajaran hidup. Ini seperti sebuah drama korea (drakor) yang lengkap. Anda mendapatkan kesedihan, komedi, dan getaran yang menggembirakan. Pengaruh trailer yang menarik, genre, dan ketenaran aktor dan aktris yang baik, semuanya berkontribusi pada persepsi bahwa drama ini tidak diragukan lagi.

Organisme (O)

Pengalaman menonton drama Korea menciptakan berbagai respons emosional bagi penggemar, mulai dari senang, sedih, hingga penasaran. Beberapa penggemar juga merasa lebih terhubung dengan karakter yang menggambarkan aspek-aspek budaya Korea tertentu. Misalnya, karakter yang menunjukkan sifat individualisme atau kerja keras dapat membuat penggemar merasa relate dan terinspirasi.

“Perasaan yang sering saya rasakan adalah rasa penasaran sehingga saya akan menonton sampai selesai. Terkadang juga jika alurnya rasa cemas dan saya akan ikut merasakan sedih, ketika sudah mencapai happy ending saya akan merasa senang”. (Informan 4)

“Menonton drakor itu ikut merasakan senang bila pemeran utamanya senang dan sedih bila ada kejadian yang buat sedih. Dan selalu penasaran setiap episodenya”. (Informan 5)

“Sesuai genre sih, tapi dari semua genre itu pasti selalu ada rasa penasaran dari ceritanya. Kadang aku merasa masuk ke dalam ceritanya, karena aku introvert dan ada karakter yang

sangat individualis aku jadi relate. Dan kalau ada karakter yang workholic, aku jadi merasa dapat motivasi untuk lebih produktif lagi sih”. (Informan 6)

Organisme mengacu pada proses internal individu, seperti persepsi, emosi, dan ide tentang suatu stimulus. Dalam situasi ini, penggemar K-Drama dapat bereaksi terhadap stimulus budaya Korea dalam K-Drama dengan berbagai cara, termasuk memahami, menghargai, atau merasa terhubung dengan budaya Korea yang direpresentasikan (Apsari et al., 2017). Temuan wawancara menunjukkan bahwa perasaan yang paling umum adalah rasa ingin tahu, yang menjadi faktor bagi informan untuk menonton drama hingga akhir. Jika plotnya mengandung komponen melankolis bagi para informan, maka emosi tersebut akan tersampaikan, dan sebaliknya. Menonton drama Korea membuat para pembaca senang ketika tokoh utamanya senang, dan sedih ketika ada kejadian yang membuat Anda sedih. Dan pengalaman informan selalu dibuat penasaran dengan setiap episodenya. Pengalaman menonton drama Korea memunculkan berbagai respons emosional dari para penggemar, termasuk kebahagiaan, kesedihan, dan rasa ingin tahu. Beberapa penggemar merasa lebih terhubung dengan tokoh-tokoh yang mewakili aspek-aspek tertentu dari budaya Korea. Karakter yang individualis atau pekerja keras, misalnya, dapat menghubungkan dan memotivasi penonton.

Respons (R)

Interaksi antara penggemar drama Korea di komunitas @kdrama_menfess terjadi melalui berbagai cara, termasuk *quote tweet* (kutipan) yang menyampaikan pendapat atau mencari informasi, kemudian melalui kolom komentar. Diskusi mendalam tentang budaya Korea sering terjadi di dalam komunitas tersebut. Para penggemar menunjukkan minat untuk belajar lebih banyak tentang budaya Korea, terutama dalam hal bahasa Korea, sebagai respons atas kegemaran menonton drama Korea.

“Kalau interaksi sama sender dengan cara quote tweet sih sering, tapi kalau di reply aku jarang. Dan aku juga tertarik sih buat belajar bahasa Korea”. (Informan 7)

“Saya lebih sering jbb dan mencari spoiler dari komentar, terkadang saya juga mengeluarkan pendapat mengenai karakter dari drama yang sedang diperbincangkan dengan penggemar komunitas tersebut. Dan saya jadi ingin mencoba mendalami bahasa mereka karna terdengar menyenangkan”. (Informan 8)

“Saya berinteraksi dengan sesama penggemar drama Korea di komunitas @kdrama_menfess dengan menyukai komentar yang diberi penggemar lain jika saya setuju dengan pendapatnya, terkadang saya ikut berkomentar bila saya merasa excited dengan postingan yang ditampilkan. Saya terinspirasi untuk mempelajari bahasa Korea”. (Informan 9)

Tanggapan individu terhadap suatu stimulus dihasilkan sebagai hasil dari proses internal mereka. Sebagai contoh, penggemar K-Drama dapat bereaksi dengan meningkatnya minat terhadap budaya Korea, keinginan untuk belajar lebih banyak tentang hal tersebut, atau perasaan senang terhadap drama yang berhasil mencerminkan budaya Korea. Interaksi antara penggemar drama Korea di komunitas @kdrama_menfess memiliki beberapa bentuk, termasuk mengutip tweet yang mengungkapkan pendapat atau meminta informasi, serta diskusi di area komentar. Perdebatan mendalam mengenai budaya Korea

sering dilakukan di dalam grup. Para penggemar menunjukkan ketertarikan untuk mempelajari lebih lanjut tentang budaya Korea, khususnya bahasa Korea, setelah menonton drama Korea.

Persepsi

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor stimulus (S) yang memengaruhi penggemar drama Korea dan mengeksplorasi respons (R) organisme (O) terhadap stimulus tersebut, maka penelitian ini melanjutkan dengan menganalisis persepsi penggemar terhadap budaya Korea menggunakan teknik analisis tematik (Melisa et al., 2023). Data hasil wawancara dianalisis dengan cermat untuk mengidentifikasi pola-pola atau tema-tema tertentu yang muncul dalam tanggapan mereka terhadap momen-momen dalam drama Korea yang menggambarkan budaya Korea.

Gambar II: Akun X K-Drama Menfess



Sumber: X @kdrama_menfess, 2024

Berdasarkan hasil wawancara, persepsi penggemar drama Korea terhadap budaya Korea dapat diketahui bahwa mereka menganggap budaya Korea menarik dan memikat, terutama melalui drama Korea yang menyajikan alur cerita yang menarik, kehadiran aktor/aktris favorit, dan genrenya. Penggemar menganggap momen dalam drama Korea yang menggambarkan budaya Korea, seperti ekspresi saling memuji dan nilai-nilai seperti kerja keras, sebagai sesuatu yang menarik minat dan penasaran mereka terhadap budaya Korea lebih dalam. Pengalaman menonton drama Korea menciptakan respons emosional yang kuat pada penggemar, yang membuat mereka merasa terhubung dengan karakter yang menggambarkan aspek budaya Korea tertentu. Hal ini dapat memperdalam pemahaman dan apresiasi mereka terhadap budaya Korea. Meskipun tidak semua penggemar terlibat dalam diskusi mendalam tentang budaya Korea di komunitas @kdrama_menfess, mereka tetap menyatakan minat untuk belajar lebih banyak, terutama dalam hal bahasa Korea, sebagai respons atas pengalaman menonton drama Korea. Dengan demikian, persepsi penggemar drama Korea terhadap budaya Korea cenderung positif dan terbuka untuk eksplorasi lebih lanjut, terutama melalui pengalaman menonton dan interaksi dalam komunitas penggemar.

SIMPULAN

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggemar menemukan banyak hal menarik dalam drama Korea, seperti alur cerita yang menarik dan momen-momen yang menggambarkan budaya Korea. Pengalaman menonton drama Korea juga memengaruhi cara penggemar memandang budaya Korea, dengan beberapa diantaranya merasa lebih terhubung dengan karakter yang mencerminkan aspek budaya tertentu. Meskipun interaksi dalam komunitas cenderung terbatas dalam menyampaikan pendapat, penelitian ini membahas pentingnya komunitas online dalam memfasilitasi pemahaman dan apresiasi terhadap budaya Korea di kalangan penggemar drama Korea.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. (2022). Urgensi komunikasi model stimulus organism response (SOR) dalam meningkatkan kualitas pembelajaran. *Nivedana: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 3(1), 47–59. <https://doi.org/10.53565/NIVEDANA.V3I1.335>
- Apriliani, R., & Setiawan, R. (2019). Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Penggemar Budaya Populer Korea. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 107–120. <https://doi.org/10.30870/HERMENEUTIKA.V5I2.7234>
- Apsari, L., Mayangsari, M. D., & Erlyani, N. (2017). Pengaruh perilaku modeling pada tayangan drama Korea terhadap citra diri remaja penggemar drama Korea. *Jurnal Ecopsy*, 3(3). <https://doi.org/10.20527/ECOPSY.V3I3.2662>
- Arif, M., & Shinta, F. (2023). Komunikasi Perubahan Perilaku Melalui Pendekatan S-O-R (Stimulus, Organism & Response) Dalam Penanggulangan Stunting di Kelurahan Tanjung RHU. *Ensiklopedia of Journal*, 5(2), 78–90. <https://doi.org/10.33559/EOJ.V5I2.1558>
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol diri remaja penggemar k-pop (k-popers)(studi pada penggemar k-pop di Yogyakarta). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(3), 190–202. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/fipbk/article/view/11758>
- Kartini, K., Deni, I. F., & Jamil, K. (2022). Representasi Pesan Moral dalam Film Penyalin Cahaya. *SIWAYANG Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, Dan Antropologi*, 1(3), 121–130. <https://doi.org/10.54443/SIWAYANG.V1I3.388>
- Maulidya, M. N., & Hidayat, M. A. (2023). Studi Netnografi Deteritorialisasi Budaya Hallyu di Kalangan Penggemar Drama Korea. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 146–159. <https://doi.org/10.23887/JIIS.V9I2.69289>
- Melisa, M., Suyanto, S., & Tanaya, O. (2023). “Korean Wave in Indonesia: Are there any changes in perception and intention to visit Korea?” *Innovative Marketing*, 19(3), 171–186. [https://doi.org/10.21511/im.19\(3\).2023.15](https://doi.org/10.21511/im.19(3).2023.15)
- Prasanti, R. P., & Dewi, A. I. N. (2020). Dampak Drama Korea (Korean Wave) terhadap Pendidikan Remaja. *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 11(2), 256–269. <https://doi.org/10.31849/LECTURA.V11I2.4752>
- Putri, C. R. (2021). Pengaruh Halal Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Minuman Korean Sparkling Water Mojiso (Studi pada Mahasiswa Muslim Penggemar Drama Korea). *Repository.Unisma.Ac.Id*. <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/2845>

- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68–80. <https://doi.org/10.24198/PTVF.V3I1.20940>
- Ramadhan, R., Hadi, R., Fajri, G. S., Studi, P., Komunikasi, I., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2022). Pengaruh Drama Korea terhadap Etika dan Gaya Hidup Mahasiswa Semester VI Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 14233–14242.
- Septadinusastra, V. A. (2021). Eksistensi Drama Korea pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia (Sebuah Kajian Budaya Populer Korea). *Media Nusantara*, 18(1), 49–58. <https://doi.org/10.30999/MEDINUS.V18I1.1233>
- Shafir, O. ;, & Haq, W. (2019). Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Korea. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/10.21831/LEKTUR.V2I2.16320>
- Situmeang, I. V. O. (2015). Pemanfaatan Media Massa Terhadap Hallyu Sebagai Budaya Populer Dan Gaya Hidup Mahasiswa (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta). *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.47007/JKOMU.V12I1.147>
- Sutrisno. (2021). Analisis dampak pembelajaran daring terhadap motivasi belajar siswa mi muhammadiyah 5 surabaya. *Jurnal Riset Madrasah Ibtidaiyah*, 1(1), 1–10.
- Toding, M. S. (2021). Drama Korea (Studi Motivasi di Kalangan Mahasiswa Fisip UNHAS Terhadap Budaya Populer Korea). *Repository.Unhas.Ac.Id*.
- Topan, D. A., & Ernungtyas, N. F. (2020). Preferensi menonton drama korea pada remaja. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 37–48. <https://doi.org/10.32509/PUSTAKOM.V3I1.974>
- Widyaningrum, R., Nur Hasan, M., & Miftah Harist, A. (2022). Hubungan Kecanduan Menonton Drama Korea dengan Kualitas Tidur Remaja Komunitas Drakor Id di Media Sosial Facebook. *Jurnal Kesehatan Madani Medika (JKMM)*, 13(2), 177–183. <https://doi.org/10.36569/JMM.V13I2.272>
- Yong Jin, D. (2018). An Analysis of the Korean Wave as Transnational Popular Culture : North American Youth Engage Through Social Media as TV Becomes Obsolete. *International Journal of Communication*, 12, 404–422.
- Yunus Ahmad, M., Izatul Jannah, N., Hasanah, I., & Fadlul Arabi, R. (2024). Fenomena Korean Wave pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh. *Jurnal Adabiya*, 26(1), 110–121. <https://doi.org/10.22373/ADABIYA.V26I1.21626>

PROFIL SINGKAT

Riana, Lahir di Teluk Panji, Sumatera Utara pada tanggal 28 Agustus 2001. Saat ini, penulis sedang menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial.