

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1. Drama Korea

Drama, berdasarkan etimologi atau asal bentuk katanya, berasal dari bahasa Yunani yaitu *dram* yang artinya gerak. Drama menampilkan percakapan (dialog) dan gerak-gerik pemainnya (akting). Percakapan dan gerak-gerik yang dilakukan oleh para aktor dilakukan untuk memperagakan cerita yang sudah ditulis di dalam naskah. Maka dengan seperti itu, penonton bisa langsung mengikuti dan menikmati cerita tanpa harus membayangkan apa yang tertulis di naskah. Drama juga sering kali disebut seni sandiwara. Kata sandiwara sendiri berasal dari bahasa Jawa yaitu *sandi* yang artinya rahasia atau *warab* yang artinya ajaran. Oleh sebab itu sandiwara artinya ajaran yang disampaikan dengan cara rahasia atau dengan tidak terang-terangan. Pada dasarnya drama itu mengandung pesan atau ajaran (terutama ajaran moral) untuk penontonnya. Drama memberikan ajaran tersebut kepada penonton secara tersirat dalam setiap percakapan atau dalam setiap gerak-gerik pemainnya (Wiyanto, 2002, p. 1-2).

Budaya, pakaian, makanan, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan Negeri Ginseng, Korea Selatan, sangat cepat untuk bisa menjadi *trend* yang sangat digemari oleh banyak orang di dunia. Melalui *Korean Wave*, Korea Selatan mampu untuk bisa menjadi pusat perhatian dunia. Salah satu produk penting dalam digemarinya *Korean Wave* di dunia adalah melalui drama Korea atau yang sering disebut dengan drama Korea. Jauh sebelum fashion dan musik. Drama Korea telah

berhasil mengambil perhatian banyak orang di dunia, baik itu di Asia atau di Amerika (Ardia, 2014, p. 11).

Drama Korea banyak diproduksi dalam format serial yang pendek dan sebagian besar ditayangkan hanya dalam beberapa minggu. Drama yang dibuat oleh Korea Selatan ini banyak cerita yang didasarkan pada cerita yang romantis, fakta atau sejarah tentang Negara Korea Selatan, *thriller*, drama tentang keluarga, komedi, serta drama yang menggabungkan beberapa kategori tersebut. Dengan bermodalkan bakat dan penampilan yang menawan, para aktor Korea Selatan telah mampu untuk mengangkat perkembangan industri hiburan Korea Selatan dan telah mampu untuk menarik dan mengambil hati penonton, khususnya melalui drama Korea (Ardia, 2014, p. 11).

Drama Korea saat ini sudah menjadi salah satu budaya populer paling digemari dari Korea atau yang biasa disebut dengan *Hallyu*. Budaya populer sendiri merupakan budaya yang banyak disukai oleh orang dan karya tersebut dibuat untuk bisa menyenangkan orang lain (Storey, 2003, p. 10 dalam Ardia, 2014, p. 14). Kemudian, *Hallyu* merupakan sebuah budaya populer yang dipopulerkan oleh media Korea dan menjadi *trend* budaya di dalam Korea ataupun di luar Korea. Popularitas drama Korea di dunia tidak lepas dari unsur politik yang ada di Korea. Hal ini terlihat dari berbagai drama Korea yang ditayangkan, dimana kebanyakan berkisah tentang drama sejarah dan juga tentang percintaan (Ardia, 2014, p. 14-15).

Banyak penonton yang sangat jatuh cinta dengan drama Korea dan sekaligus terenyuh hatinya ketika menonton, tidak lain dikarenakan drama Korea yang memiliki alur cerita yang kuat, genre drama Korea yang sangat bervariasi, dan juga

akting para aktor yang bisa dengan natural dan menawan. Cerita yang disajikan oleh drama Korea juga ditampilkan sesuai dengan budaya masyarakat Asia pada umumnya, seperti konsep cinta sejati, pengorbanan hidup, dan juga konsep tentang kehidupan yang ada di dalam drama Korea tidak jauh berbeda dengan konsep kehidupan yang ada di masyarakat pada umumnya (Sella, 2013, p. 72).

2.2. Drama Korea “*Start-Up*”

Drama Korea yang berjudul “*Start-Up*” mendadak menarik perhatian banyak orang, khususnya di Indonesia. Drama Korea yang diperankan oleh Kim Seon-Ho (Han Ji-Pyeong), Nam Joo-Hyuk (Nam Do-San), dan Bae Suzy (Seo Dal-Mi), sukses mencuri perhatian penonton, khususnya di sosial media sejak rilis pada 17 Oktober 2020 (Stefanie, 2020). Drama *Start-up* ini menceritakan tentang keinginan sekelompok pemuda Nam Joo-Hyuk (Nam Do-San), Bae Suzy (Seo Dal-Mi), Kim Do-Wan (Kim Yong-San), dan Yoo Su-Bin (Lee Chul-San) dengan perusahaan rintisan mereka yaitu Samsan Tech yang ingin mencapai kesuksesan di dalam dunia *start-up* (perusahaan rintisan) (Stefanie, 2020).

Di dalam mencapai kesuksesan yang mereka inginkan banyak hal yang harus mereka lewati seperti perjalanan berbatu yang membuat mereka beberapa kali tersandung, permasalahan percintaan masa lalu dan saat ini, keluarga, hingga masalah pertemanan. Banyak hal yang disajikan di dalam drama Korea “*Start-Up*” ini, selain cinta segitiga yang banyak dibicarakan penonton di sosial media. Mulai dari pengetahuan-pengetahuan dasar mengenai dunia *start-up*, inovasi-inovasi di dalam

bidang teknologi, dan kondisi awal sebuah perusahaan rintisan yang dikonfirmasi adalah orang *Silicon Valley* (Stefanie, 2020).

Kisah cinta segitiga antara Kim Seon-Ho (Han Ji-Pyeong), Nam Joo-Hyuk (Nam Do-San), dan Bae Suzy (Seo Dal-Mi) merupakan hal yang paling banyak disoroti. Mulai dari Seo Dal-Mi yang merupakan seorang wanita pintar dan memiliki antusias tinggi untuk bisa membuat suatu bisnis yang sukses. Namun, di tengah perjalanannya menuju sukses, dia terpaksa untuk berhenti kuliah demi membiayai neneknya untuk melanjutkan bisnis milik neneknya yang telah dimiliki selama lebih dari 15 tahun. Kesulitan yang dia alami tidak lantas menjatuhkan semangatnya untuk bisa mendirikan sebuah bisnis *start-up*. Meskipun dengan keterbatasan pendidikan, biaya, serta relasi yang dia miliki, Seo Dal-Mi tetap berusaha sekuat tenaga untuk bisa mengapai cita-citanya untuk bisa sukses membangun sebuah bisnis (Jasmine, 2021, p. 73).

Kemudian ada Nam Do-San, seorang laki-laki muda yang memiliki keahlian lebih di dibidang matematika, sains, dan teknik informatika. Nam Do-San pernah memenangkan olimpiade matematika di Korea ketika dia masih kecil. Nam Do-San merupakan seorang CEO dari perusahaan rintisan Samsan Tech yang dia dirikan bersama 2 sahabatnya, yaitu Kim Do-Wan (Kim Yong-San), dan Yoo Su-Bin (Lee Chul-San). Namun sayang, dia ternyata tidak bisa menjadi CEO yang hebat seperti kehebatannya di bidang matematika, sains, atau pun di bidang teknik informatika (Jasmine, 2021, p. 74).

Di awal drama *Start-Up*, Nam Do-San digambarkan sebagai laki-laki yang berambut gondrong, berpenampilan urakan dengan kemeja flanel dan celana cargo

khasnya, serta merupakan alumnus teknik komputer yang mempunyai otak brilian. Nam Do-San juga beberapa kali tampil santai dengan *t-shirt* putih dan jaket denim, penampilan dia juga semakin terlihat keren dengan tambahan kaca mata. Namun di pertengahan drama, dengan tinggi 187cm, Nam Do-San berubah drastis menjadi laki-laki yang berpenampilan gagah dengan stelan jas yang memesona. Di dalam drama Korea *Start-Up* ini, Nam Do-San digambarkan sebagai laki-laki yang memiliki semangat juang tinggi, tulus, apa adanya, dan pantang menyerah di tengah keterbatasan keadaan (Latifah, 2020).

Selanjutnya adalah Han Ji-Pyeong yang dikenalkan sebagai salah satu senior manajer investasi di perusahaan SH Venture. Berkat kemampuan investasinya yang menakjubkan, ia dapat memiliki mobil mewah dan apartemen dengan pemandangan Sungai Han. Han Ji-Pyeong merupakan lambang dari orang kaya dan kesuksesan. Dia juga merupakan seorang yang baik hati, lidahnya tajam untuk orang lain, sangat berterus terang, dan *blak-blak-an* kepada orang lain (CNN Indonesia, 2020). Han Ji-Pyeong juga digambarkan sebagai laki-laki yang menjadi sosok pelindung yang selalu siap untuk membantu Seo Dal-Mi dan Nam Do-San di saat-saat genting mereka tanpa perlu berpikir dua kali. Di dalam drama Korea "*Start-Up*" ini Han Ji-Pyeong digambarkan sebagai laki-laki yang sangat pencemburu, hatinya sangat rapuh ketika cemburu terhadap Nam Do-San mulai menguasai dirinya. Selain itu dia juga merupakan penasihat yang baik, laki-laki yang sangat bertanggung jawab, dan juga anak yang sangat baik. Meskipun penampilan luarnya sangat cuek dan suka mengeluh, Han Ji-Pyeong sangat menginginkan kehangatan dan keluarga, terlepas dari semua kemewahan yang dia miliki (Subyakto, 2020).

Di dalam serial drama Korea *Start-Up*, Han Ji-Pyeong digambarkan sebagai laki-laki yang dingin namun memiliki sifat yang lembut. Selain itu, dia juga memiliki senyuman yang manis dan memiliki kharisma sebagai kepala tim investasi di SH Venture Capital. Dia juga digambarkan sebagai sosok laki-laki yang penuh perhatian yang bisa penonton lihat melalui perhatiannya kepada Seo Dal-Mi, Samsan Tech, dan juga kepada nenek Seo Dal-Mi (Audrey, 2020). Selain itu, Han Ji-Pyeong juga kerap tampil mewah dengan stelan jas dan mobil yang mahal. Dia juga merupakan orang yang tidak lupa akan kebaikan orang lain, seperti kebaikan nenek Seo Dal-Mi yang membantunya ketika dia masih muda (Trisnaynt, 2020).

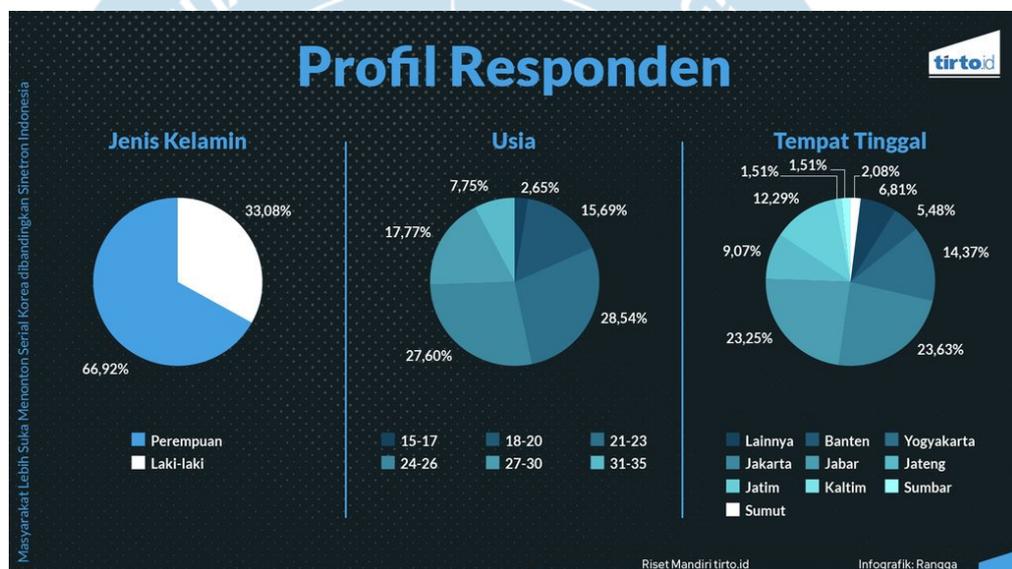
2.3. Mahasiswa Perempuan Penonton Drama Korea

Drama Korea yang selalu mampu untuk bisa menampilkan aktor-aktor drama yang rupawan membuat perempuan Indonesia tersihir dengan ketampanan ataupun kegagahan mereka. Merupakan hal yang wajar jika kemudian perempuan-perempuan ini memiliki preferensi mengenai sosok laki-laki adalah seperti yang mereka inginkan di dalam drama Korea. Hal ini sangat didukung terutama ketika tokoh utama laki-laki dalam drama Korea dikisahkan seperti tidak bisa hidup tanpa tokoh utama perempuan yang pada akhirnya akan menimbulkan kesan heroik bagi penonton perempuan (Islamiyati, Kusuma, & Kom, 2017, p. 4).

Ang (1990, p. 85) dalam Chan & Xueli (2011, p. 292) mengatakan bahwa tayangan melodrama memungkinkan perempuan untuk berimajinasi di dalam fantasinya sendiri, yang mana hal tersebut tidaklah bisa terjadi di dalam kehidupan nyata mereka. Hal ini kemudian mulai membuat penonton perempuan memiliki kategorinya sendiri dalam melihat sosok laki-laki idola untuknya di dalam drama

Korea. Luthfiati & Gani (2015, p. 22) dalam jurnal yang berjudul Wacana Pria Ideal Dalam Majalah Wanita, mengatakan bahwa perubahan sosok laki-laki ideal tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh perkembangan zaman. Luthfiati dan Gani menjelaskan bahwa media massa memiliki peran yang cukup besar untuk mempengaruhi itu. Hal ini dikarenakan media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi penonton secara langsung dan juga tidak langsung di dalam membentuk dan merubah apa yang dipercaya oleh penonton, perilaku, dan juga budaya penonton.

Gambar II.1. Responden Penonton Drama Korea di Indonesia



Sumber: Tirto.id (<https://tirto.id/anak-muda-lebih-suka-serial-korea-ketimbang-sinetron-coSM>).

Di dalam penelitian ini, mahasiswa perempuan di Yogyakarta dipilih sebagai responden penelitian. Mahasiswa perempuan dipilih sebagai subjek penelitian karena mahasiswa merupakan anak muda dan khalayak aktif dalam menggunakan media dan konsumen budaya populer yang memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap sesuatu yang baru. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Purnamasari (2017) dalam

tirto.id, 66% penonton drama Korea adalah perempuan. Dari data tersebut juga bisa dilihat bahwa sebanyak 44,23 persen dari 529 responden yang tersebar di beberapa kota di Indonesia, merupakan penonton drama Korea usia 18 sampai 23 tahun. Usia 18-23 tahun merupakan usia anak muda yang mayoritas duduk di bangku perguruan tinggi. Pada penelitian ini, peneliti memilih mahasiswa di Yogyakarta sebagai subjek penelitian. Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena mahasiswa merupakan anak muda dan khalayak aktif dalam menggunakan media dan konsumen budaya populer yang memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap sesuatu yang baru.

