

## BAB II

### SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Responden

Penelitian ini memiliki subjek penelitian yaitu pengikut akun twitter @k\_dramaindo\_. Akun ini dipilih karena merupakan akun twitter penggemar drama Korea di Indonesia dengan pengikut paling banyak dan aktif dalam memberikan kabar terbaru mengenai drama Korea. Adanya akun @k\_dramaindo\_ ini digunakan sebagai wadah untuk melihat antusiasme penonton drama Korea termasuk drama Start-Up mulai dari ulasan setiap episodenya, gambaran dibalik layar, sampai dengan komentar penonton mengenai drama yang dapat dilihat dari fitur balasan *tweet*, *retweet*, maupun *likes*. Untuk mendapatkan data yang lebih spesifik, maka peneliti memutuskan untuk memperkecil lingkup penelitian dengan menetapkan beberapa kriteria. Kriteria yang dipilih yaitu pengikut akun twitter @k\_dramaindo\_ yang telah menonton drama Korea Start-Up serta yang berusia 18-24 tahun.

Penonton dengan kategori umur 18-24 tahun merupakan seseorang yang digolongkan sebagai individu yang dalam waktu dekat akan memasuki dunia kerja. Selain itu, menurut Yusuf (2002, p. 21) rentang usia 18-24 tahun termasuk kategori remaja akhir yang dinilai cukup stabil untuk mengambil keputusan bagi dirinya sendiri. Remaja kategori ini juga dinilai sudah mulai memahami akan arah dan tujuan hidupnya termasuk dalam hal memilih pekerjaan. Kategori usia ini juga merupakan peralihan dari masa remaja ke usia dewasa, oleh karena itu seseorang dalam usia ini cenderung sudah memiliki pendirian yang kuat bagi

kehidupannya serta mampu untuk berpikir matang dan lebih fokus untuk mewujudkan sesuatu sesuai dengan harapan dan cita-cita mereka.

Pada usia remaja akhir, seseorang akan menggunakan informasi dan pengetahuan yang mereka dapatkan untuk memilih pekerjaan mereka nantinya. Sampai pada akhirnya mereka mencapai masa kematangan karir (*career maturity*). Individu di usia 18-24 tahun ini merupakan fase akhir dalam proses pemilihan dan perkembangan karir seseorang. Biasanya dalam fase ini seseorang akan melakukan eksplorasi dalam pemilihan pekerjaan.

#### **B. Akun Twitter @k\_dramaindo\_**

GAMBAR 4  
Logo Akun Twitter @k\_dramaindo\_

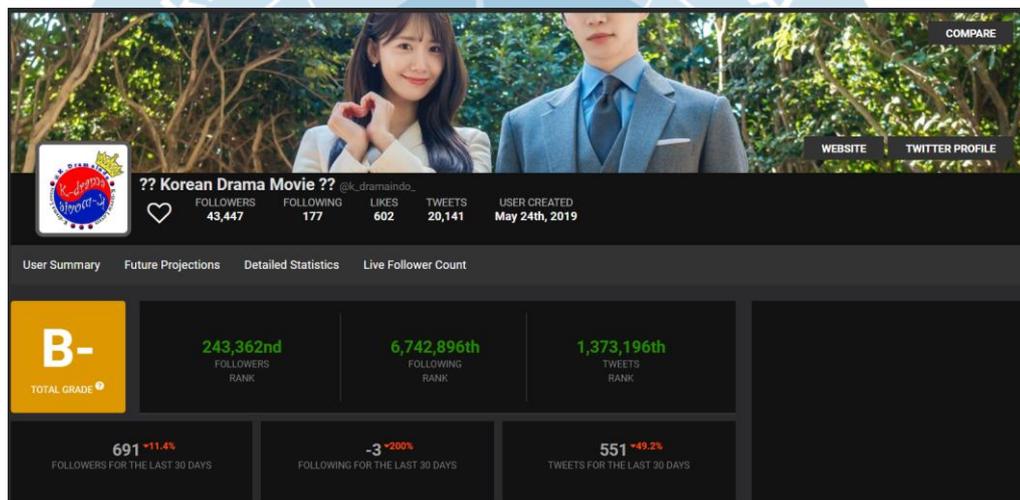


*Sumber: socialblade.com*

Akun twitter @k\_dramaindo\_ merupakan salah satu akun di media sosial twitter yang menyediakan berbagai informasi dan berita terkini mengenai drama Korea bagi para penggemar drama Korea di Indonesia. Akun ini terbentuk pada bulan November 2011 yang pada dasarnya merupakan sebuah wadah bagi para penggemar drama Korea di Indonesia untuk mendapatkan informasi terkait berita terbaru mengenai drama atau aktor yang membintangi suatu drama. Isi *tweet* yang disebar oleh akun twitter @k\_dramaindo\_ setiap harinya berkaitan dengan drama Korea yang akan tayang, pemilihan aktor pada drama Korea yang akan

datang, *rating* terbaru drama Korea yang sedang berlangsung, *review* drama Korea yang sedang berlangsung atau sudah tayang, serta rekomendasi drama-drama Korea yang layak untuk ditonton dan ditunggu. Selain itu, akun ini juga sering mengajak diskusi pengikutnya mengenai segala sesuatu mengenai industri hiburan Korea Selatan maupun berita-berita terbaru mengenai aktor aktris Korea Selatan.

GAMBAR 5  
Profil Akun Twitter @k\_dramaindo\_



Sumber: [https://socialblade.com/twitter/user/k\\_dramaindo\\_](https://socialblade.com/twitter/user/k_dramaindo_)

Berdasarkan socialblade.com, sejak awal terbentuknya di bulan November 2011 hingga saat ini Mei 2023, akun twitter @k\_dramaindo\_ memiliki 44.500 pengikut. Akun twitter @k\_dramaindo\_ juga sudah menulis *tweet* sebanyak 21.300 *tweets* mengenai drama Korea dan informasi lainnya yang berkaitan dengan drama Korea.

### C. Sinopsis Drama Korea Start-Up

Drama berjudul Start-Up merupakan salah satu drama Korea populer di Indonesia pada tahun 2020. Start-Up dirilis pada tanggal 17 Oktober hingga 6

Desember 2020 dengan total 16 episode. Drama Korea Start-Up disutradarai oleh Oh Choong Hwan dan ditayangkan oleh TVN serta Netflix. Drama Korea Start-Up banyak diminati di Indonesia bukan hanya karena kisah romansanya yang menarik, namun juga karena memberikan banyak pelajaran dan motivasi bagi para penontonnya mengenai perusahaan rintisan (Rohmah, 2021).

GAMBAR 6  
Poster Drama Korea Start-Up



Sumber: [https://asianwiki.com/Start-Up\\_\(Korean\\_Drama\)](https://asianwiki.com/Start-Up_(Korean_Drama))

Drama Korea Start-Up menceritakan mengenai perjuangan sekumpulan orang yang berusaha menggapai impian mereka untuk membangun perusahaan rintisan. Tokoh utama dalam drama tersebut adalah Seo Dal Mi (Bae Suzy), yaitu seorang wanita yang memiliki impian untuk menjadi Steve Job-nya Korea dan ingin memiliki perusahaan rintisan. Dal Mi terlahir dari keluarga yang sederhana dan tidak kaya, namun memiliki mimpi yang sangat besar. Setelah hancurnya pernikahan antara Ayah dan Ibu Dal Mi, Dal Mi dirawat oleh ayahnya dan kakak Dal Mi dibawa oleh Ibunya yang menikah kembali dengan laki-laki yang kaya raya. Tidak berselang lama, Ayah Dal Mi meninggal karena penyakitnya dan membuat Dal Mi harus di rawat oleh neneknya yang merupakan penjual makanan Korea.

Nenek Dal Mi yang diperankan oleh Kim Hae Sook melihat Dal Mi selalu kesepian, meminta bantuan salah satu anak yang juga dirawat olehnya, yaitu Han Ji Pyeong untuk menjadi sahabat pena Dal Mi secara diam-diam. Ji Pyeong menyetujui hal tersebut, dia menggunakan nama Nam Do San, yang merupakan seorang pemenang medali olimpiade matematika yang dilihat Ji Pyeong di televisi dan akhirnya sering bertukar surat dengan Dal Mi. Setelah tumbuh dewasa, Ji Pyeong menjadi salah satu CEO sukses di SH Venture Capital dan merupakan seorang investor yang hebat.

Sosok Nam Do San yang asli diperankan oleh Nam Joo Hyuk, tumbuh menjadi seorang ahli di bidang ilmu teknologi dan IT untuk mendirikan perusahaan rintisannya yang bernama Samsan Tech bersama dengan 2 orang temannya, yaitu Kim Yong San dan Lee Chul San. Sedangkan kakak Dal Mi, yaitu Wo In Jae tumbuh menjadi sosok yang angkuh dan sombong setelah peprisahan Ayah dan Ibunya.

Konflik Drama Korea Start-Up dimulai ketika Seo Dal Mi, Wo In Jae, Nam Do San dan 2 temannya mengikuti program perusahaan rintisan, yaitu Sandbox, dimana Han Ji Pyeong juga menjadi salah satu mentor di Sandbox. Drama Korea Start-Up menggambarkan perjalanan dan kerja keras mereka dalam membangun perusahaan rintisan serta terdapat kisah cinta antara Seo Dal Mi, Han Ji Pyeong, dan Nam Do San.

#### **D. Hallyu**

Istilah *Hallyu* atau disebut juga gelombang korea (*korean wave*) merupakan istilah yang digunakan untuk penyebaran budaya pop Korea ke

seluruh penjuru dunia. Istilah ini pertama kali dipopulerkan oleh para jurnalis di Beijing terkait meluasnya popularitas budaya pop Korea dengan cepat di negeri China (Hisyam & Pamungkas, 2016). Tersebarnya budaya pop Korea ini membuat Korea menjadi salah satu negara yang bersaing dengan industri hiburan besar yang menjadi kiblat hiburan dunia seperti Amerika Serikat dan Jepang. Budaya populer Korea yang dimaksud berupa film, drama televisi, dan musik pop Korea (K-Pop). Merebaknya *Korean wave* ini memunculkan *Korean fever* (demam Korea) bagi para penikmatnya khususnya di bagian Asia Timur seperti China, Hong Kong, Taiwan, Singapura, Jepang dan Filipina termasuk mempengaruhi selera masyarakat mulai dari makanan, bahasa, *fashion* hingga wisata (Huang, 2009).

Indonesia menjadi salah satu negara yang tak luput dari sasaran *Korean wave* atau *hallyu* seperti yang terlihat pada televisi-televisi di Indonesia yang memutar drama Korea atau biasa disebut K-drama. *Hallyu* di Indonesia sendiri dimulai sekitar tahun 2002 saat televisi lokal menayangkan drama korea berjudul “Winter Sonata” dan “Endless Love” (Hana, 2017). Puncak kesuksesan drama Korea yang menarik perhatian publik adalah ketika K-drama yang berjudul "Full House" tayang langsung di empat saluran televisi lokal secara bersamaan. Hal ini menunjukkan besarnya minat dan perhatian masyarakat Indonesia dalam menonton drama Korea di TV. Kesuksesan K-Drama memasuki pasar hiburan Indonesia diikuti dengan masuknya musik pop Korea yang juga dikenal dengan K-pop. Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat K-pop dan K-drama semakin mudah diakses oleh masyarakat, baik melalui internet, YouTube,

atau media sosial lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa budaya populer Korea telah berhasil menciptakan pasarnya di Indonesia.

