

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Makhluk hidup tentunya tidak dapat terhindar dari perilaku komunikasi. Baik berkomunikasi untuk bertukar informasi, berkomunikasi dengan teman sepermainan, berkomunikasi untuk bertukar pendapat dengan orang lain, dan lain sebagainya. Komunikasi ini pun bisa dilakukan secara langsung (tatap muka) ataupun secara virtual. Hal ini memungkinkan munculnya berbagai macam peran bagi makhluk hidup. Peran-peran ini tentunya akan terus muncul dan berubah seiring dengan siapa makhluk hidup tersebut berkomunikasi.

Salah satu fenomena yang sering dibicarakan belakangan ini adalah demam Drama Korea atau K-Drama. K-Drama bersanding dengan K-Pop yang sering disebut dengan *Korean Wave*. *Korean Wave* juga sering disebut dengan *Hallyu* merupakan produk budaya pop Korea (selatan) yang mampu menarik perhatian pasar hiburan di Korea maupun negara lain selain Korea. Drama Korea dikemas sedemikian rupa apiknya di dalam episode yang berkisar 16 hingga 20 episode dengan durasi 45 menit hingga 1 jam.

Fenomena ini selanjutnya memunculkan peran baru yaitu peran menjadi seorang penikmat drama Korea. Pola komunikasi yang terjadi di antara penikmat drama Korea tentunya memiliki ciri khas tersendiri seperti menggunakan panggilan khusus dari bahasa Korea seperti “*eonnie*” atau “*hyung*”, menggunakan Bahasa Korea seperti contohnya “*saranghaeyo*” yang berarti “aku cinta kamu”, “*gomawo*” yang berarti “terima kasih” dan lain sebagainya.



Sumber: Twitter

Gambar 1. Tampilan Pemilik Akun Twitter Menggunakan Campuran Bahasa Korea

Seperti contoh diatas, seorang wanita yang membuat cuitan untuk dibagikan di *timeline* Twitternya menggunakan bahasa Korea. “*Ottoke*” adalah bahasa Korea yang berarti “bagaimana ini?” sedangkan “*gwenchana*” berarti “tidak apa-apa”. Selain itu *display name* atau nama yang dipakai juga dari bahasa Korea yaitu “*hwaiting*” yang berarti “semangat” dalam bahasa Indonesia. Tampaknya pengguna Twitter tersebut membuat cuitan tersebut untuk menyemangati dirinya sendiri untuk bekerja. Hal ini didukung dengan cuitan lainnya yang ia buat.



Sumber: Twitter

Gambar 2. Cuitan Seseorang Yang Menggunakan Waktu Liburnya Menyaksikan Drama Korea

Dalam cuitan tersebut, ia mengatakan bahwa ia menggunakan libur kantornya selama sepuluh hari untuk *marathon* atau terus menerus menonton drama Korea. Dapat dikatakan bahwa kosa kata yang ia gunakan dalam beberapa cuitan yang ia bagikan bisa saja didapatkan karena menonton drama Korea. Di media sosial Twitternya pun ia kerap kali membagikan momen-momen yang ia saksikan di drama Korea.

Selain itu, penikmat drama Korea juga kerap kali memperhatikan aksesoris atau pakaian yang digunakan oleh aktor atau aktris drama Korea. Selanjutnya guna mendukung perannya agar lebih terlihat totalitas, mereka memakai barang yang serupa dengan idolanya untuk menggambarkan bahwa ia memperhatikan apa yang dipakai oleh idolanya. Hal ini akan memancing *feedback* atau balasan dari *followers* atau pengikutnya di Twitter. Entah berupa pujian atau hal lain yang bertujuan untuk mengomentari apa yang *diposting* atau dibagikan.

Dibawah ini merupakan salah satu contoh penikmat drama Korea yang berjudul *Nevertheless* yang diperankan oleh aktor Song Kang. Dapat dilihat bahwa Song kang memakai kalung mutiara yang selanjutnya penikmat drama Korea tersebut memakai hal serupa yang terbuat dari mutiara namun berfungsi sebagai *strap* masker. Hal ini mengundang komentar dari *followersnya* yang menyadari bahwa ia memakai *strap* masker yang kembar dengan aktor Song Kang.

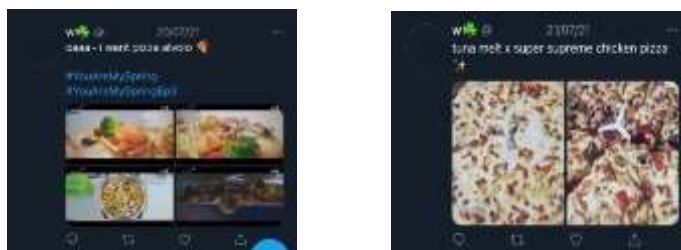


Sumber: Twitter

Gambar 3. Interaksi Pengguna Twitter Memakai Barang Yang Mirip Dengan Aktor Drama

Seorang penikmat drama Korea tentunya hanya berperilaku sedemikian rupa kepada khalayak yang juga memiliki kesamaan dengannya, yaitu sama-sama seorang penikmat drama Korea. Penikmat drama Korea kerap kali berbagi informasi seperti, *rating* sebuah drama Korea, plot drama Korea, fakta-fakta tentang sebuah drama Korea, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan drama Korea.

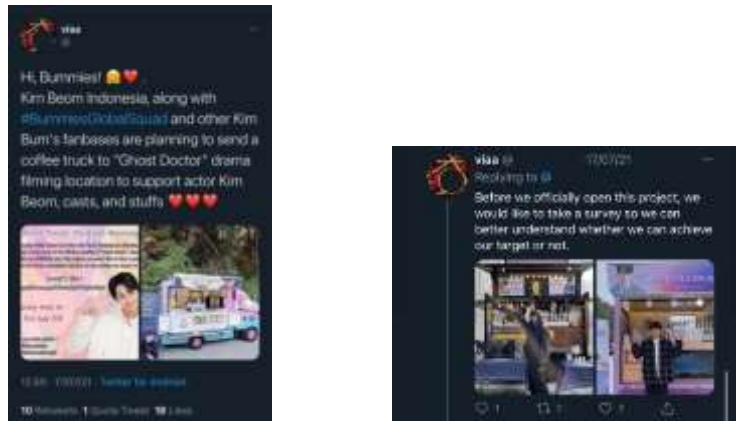
Selain penggunaan bahasa Korea dan aksesoris, nampaknya makanan yang para penikmat drama Korea lihat saat menonton juga dapat menarik perhatian. Salah satu contohnya adalah penikmat drama Korea yang melihat pizza yang dimakan para aktor di drama Korea *You Are My Spring*, keeseokan harinya ia langsung membeli pizza dan membuat cuitan tentang hal tersebut.



Sumber: Twitter

Gambar 4. Pengguna Twitter Yang Membuat Cuitan Sedang Memakan Makanan Khas Korea

Para penikmat drama Korea ini selanjutnya juga ada yang yang menjadi *fangirl* atau berdedikasi untuk aktor favoritnya. Salah satu contohnya adalah *fangirl* dari aktor Kim Beom yang ingin mengirimkan *coffee truck* sebagai bentuk apresiasi para *fans* terhadap idola dan kru yang bertugas dalam pembuatan drama tersebut.



Sumber: Twitter

Gambar 5. Bentuk *Fangirl* Yang Dilakukan Oleh Penikmat Drama Korea

Pemilik akun tersebut juga mengaku bahwa ia merupakan penikmat dari drama Korea sebab ia menuliskan judul dari beberapa drama Korea favoritnya yaitu *Law School*, *The Devil Judge*, dan *Voice 4* pada bio Twitternya. Pemilik akun tersebut juga mengatakan bahwa menonton drama Korea membantunya mengembangkan diri.



Sumber: Twitter

Gambar 6. Tampilan Pemilik Akun Penikmat Drama Korea

Fenomena-fenomena tersebut sering dijumpai di media sosial terutama Twitter. Media sosial memungkinkan seseorang untuk membentuk diri

sedemikian rupa seperti yang diinginkan melalui pembuatan profil, berteman dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama seperti mereka, tentunya hal ini bersifat virtual. Interaksi sosial dengan mudah dilakukan mengingat media sosial tidak mengenal ruang dan waktu. Menurut data dari Kemenkominfo, Indonesia menempati peringkat ke 5 pengguna Twitter terbanyak di Dunia (<http://kominfo.go.id>).

Media sosial ini memberikan banyak kesempatan bagi penikmat drama Korea dalam mempresentasikan dirinya. Ia dapat menjadi apapun yang diinginkan, membentuk kesan sedemikian rupa, dan membentuk citra yang diinginkan. Para penggemar drama Korea pun tidak memiliki batasan dan menganggap penikmat drama Korea lainnya merupakan teman. Sering dijumpai mereka yang tidak saling mengenal, dengan sadar menjawab pertanyaan yang ditanyakan atau bertukar informasi di *base* atau akun media sosial Twitter yang dijalankan secara otomatis, mereka saling berbagi informasi terkait dengan drama Korea. *Base* berfungsi sebagai akun media sosial perkumpulan untuk mereka yang memiliki minat yang sama, seperti contohnya akun media sosial @kdrama_menfess dan @krdramafess yang berisi tentang para penikmat drama Korea yang bertukar informasi.



Sumber: Fitur Balasan Cuitan Di Twitter

Gambar 7. Interaksi Yang Terjadi Di Antara Penikmat Drama Korea Pada *Base* Twitter

Ada pula penikmat drama Korea yang mendedikasikan akun media sosialnya hanya untuk drama Korea. Seperti membahas tentang drama Korea

yang pernah disaksikan atau merekomendasikan drama Korea yang menurutnya bagus.



Sumber: Twitter Penikmat Drama Korea

Gambar 8. Tampilan Akun Twitter Yang Didedikasikan Untuk Drama Korea.

Secara sadar, tentunya para pengguna media sosial mengetahui bahwa khalayak yang melihat akunnya tidak hanya satu orang. Akun media sosial yang tidak diatur menjadi akun privasi tentu dapat dilihat banyak orang walaupun tidak saling mengenal. Maka dari itu, pengaturan profil dan akun pada media sosial dianggap penting karena menata profil seakan menata penampilan di dunia nyata namun dilakukan versi dunia maya. Pengaturan

akun media sosial tentunya tidak dilakukan secara instan, namun melewati proses sehingga presentasi diri yang dibentuk akan menghasilkan citra yang baik.

Selaras dengan sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ivy Mahrani Aulia dan Mohamad Syahriar Sugandi pada tahun 2020 yang berjudul “*Pengelolaan Kesan Roleplayer K-Pop Melalui Media Sosial Twitter (Studi Dramaturgi pada Akun Twitter Fandom di Kota Bandung)*” bahwa *informant* dalam penelitian tersebut menggunakan Twitter sebagai upaya dalam pembentukan citra dirinya agar terjaga dan menciptakan kesan yang ingin dibentuk di panggung depan (*front stage*) yaitu *timeline*. *Timeline* digambarkan sebagai sebuah panggung drama, dimana para aktornya dapat berperan sesuai dengan apa yang dikehendaki untuk mendapatkan reaksi atau *feedback* yang diinginkan.

Seluruh manusia di dunia ini tentunya memiliki peran. Peran tersebut tidak hanya satu. Peran manusia selalu berganti-ganti mengikuti dengan siapa ia berkomunikasi. Seperti contohnya seorang penikmat drama Korea yang sehari-harinya dikenal dengan seseorang yang pendiam dan sama sekali tidak pernah membicarakan tentang drama Korea karena tidak ingin menunjukkan diri sebagai penikmat drama Korea. Namun di media sosial, ia memiliki akun dan dengan bebasnya berperan menjadi penikmat drama Korea, bertukar informasi dengan penikmat drama Korea lainnya, membentuk kesan seperti yang ia inginkan, dan memperoleh *feedback* atau reaksi yang ia inginkan. Ia juga dapat berteman dengan penggemar drama Korea lainnya sehingga dapat berinteraksi.

Peran-peran akan terus berganti karena kita sebagai makhluk hidup menjalani peran menjadi seorang aktor. Selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Erving Goffman yaitu teori dramaturgi. Seperti panggung drama atau pertunjukan teater pada umumnya, dramaturgi juga memiliki *front stagedan back stage*. Saat kita berinteraksi dengan orang lain, tujuan kita

melakukan interaksi tersebut adalah untuk mencapai apa yang kita inginkan sehingga kita harus menunjukkan peran terbaik. Bagaimana dalam fenomena yang penulis angkat, peran para aktor ketika sedang mempresentasikan diri mereka di *timeline* media sosial disebut sebagai *front stage*. Sedangkan hal-hal yang tidak terlihat pada saat menjalankan perannya di *front stage* seperti menyiapkan mengumpulkan informasi tentang drama Korea, menyaksikan drama Korea, menyiapkan konten yang akan disebarakan kepada pengguna media sosial lainnya (*followers*), membeli hal yang bersangkutan dengan aktor dan aktris drama Korea, serta hal penunjang kesuksesan lainnya saat menjalankan peran mereka di *front stage* disebut dengan *back stage*.

Merujuk dari fenomena tersebut, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **STUDI DRAMATURGI PENIKMAT DRAMA KOREA PADA MEDIA SOSIAL (TWITTER)**. Peneliti akan mencari tahu mengapa mereka mempunyai akun media sosial yang bertujuan untuk mempresentasikan diri mereka sebagai penikmat drama Korea, hal apa yang mereka lakukan di *back stage* guna mendukung perannya di *front stage* (*timeline* Twitter), dan *feedback* atau reaksi apa yang ingin seorang penikmat drama Korea tersebut dapatkan dari khalayaknya. Objek dari penelitian ini merupakan para penikmat drama Korea yang memiliki akun Twitter untuk mempresentasikan dirinya sebagai penikmat drama Korea. Pemilik akun tersebut akan diwawancarai guna mendapatkan informasi yang peneliti butuhkan.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan signifikansi penelitian di atas, maka fokus dari penelitian ini adalah pada presentasi diri yang dilakukan oleh penikmat drama Korea di media sosial Twitter yang berperan serta berinteraksi di *front stage* (*timeline* Twitter) untuk mendapatkan *feedback* seperti yang mereka inginkan dari

khalayaknya melalui pengelolaan kesan atau *impression management* yang merupakan bagian dari teori Dramaturgi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1.3.1 Pertanyaan Umum (*general research question*).

1. Mengapa penikmat drama Korea memiliki akun media sosial Twitter untuk mempresentasikan diri dan menjalankan perannya sebagai penikmat Drama Korea?

1.3.2 Pertanyaan Spesifik (*specific research question*).

2. Hal apa yang mereka lakukan atau siapkan di *back stage* guna mendukung perannya di *front stage*(*timeline twitter*).
3. *Feedback* atau reaksi apa yang ingin didapatkan dari khalayaknya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diambil, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menguraikan alasan penikmat drama Korea memiliki akun khusus untuk mempresentasikan diri dalam menjalankan perannya sebagai penikmat drama Korea.

2. Menguraikan hal apa yang para penikmat drama Korea lakukan di *back stage* guna mendukung perannya di *front stage*(*timeline twitter*).
3. Menguraikan *feedback* atau reaksi yang ingin didapatkan dari khalayak setelah melaksanakan peran tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan kajian dalam komunikasi khususnya mengenai fenomena yang berkaitan dengan teori dramaturgi yang dilakukan di media sosial.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap bagaimana seorang penikmat drama Korea dalam mempresentasikan diri atau menjalankan perannya di media sosial Twitter dengan tujuan mendapatkan *feedback* yang mereka inginkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disusun secara sistematis mengikuti struktur yang telah ada dengan dibagi menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang berisi signifikansi penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, dan kerangka berpikir.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini terdapat metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, penentuan *key informant* dan *informant*, teknik dalam menganalisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi yang dipilih dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan analisis untuk memberikan jawaban atas solusi terhadap fenomena penelitian dan merupakan gambaran dalam memecahkan masalah yang berisi deskripsi objek penelitian, hasil yang didapat setelah melakukan penelitian, dan pembahasan tentang hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menyatakan pemahaman tentang fenomena yang diteliti berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang digunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.