

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan gambaran budaya seorang manusia, komunikasi secara verbal maupun non verbal muncul karena sebuah kebiasaan atau kesepakatan yang terjalin antar sesama manusia atau kelompok sosial, maka dari itu komunikasi terbangun, berkembang dan tak bisa lepas dari kehidupan manusia. Dengan komunikasi seorang manusia mampu mengerti, memahami dan merespon apa yang terjadi disekitarnya. Komunikasi secara verbal dapat dengan mudah dipahami walau memang manusia sebenarnya tanpa disadari lebih sering menggunakan komunikasi non verbal.

Meski bukan obat dari segala kesalahpahaman namun komunikasi adalah cara yang lebih mampu untuk mengurangi kesalahpahaman, komunikasi menjadi sarana dalam membangun hubungan baik secara personal maupun kelompok. Komunikasi juga dapat mencakup banyak orang dengan adanya saluran komunikasi yang cepat. Dengan saluran informasi canggih pada era teknologi komunikasi saat ini bukan hal yang mustahil jika sebuah informasi dapat tersampaikan dalam hitungan detik dan dapat diakses oleh jutaan orang. Komunikasi yang dapat mencakup banyak orang ini disebut dengan komunikasi massa. Komunikasi masa adalah komunikasi dengan menggunakan media yang dapat mencakup banyak orang dan dapat mencakup jarak yang jauh.

Media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, adalah sebuah sarana untuk menyebarkan informasi secara luas, walau dewasa media konvensional tersebut mulai tergantikan oleh internet, dan ponsel canggih yang dapat digunakan dan diakses dimanapun dan kapanpun. Maka informasi dengan sangat cepat di dapat. Efek yang ditimbulkan tentu dapat beragam sesuai dengan kepercayaan seseorang ataupun dengan apa latar belakang pendidikan, budaya dari seseorang. Dikutip dalam Komunikasi Massa Abdul Halik 2013, Efek komunikasi massa diidentifikasi sebagai terjadinya perubahan pada individu atau kelompok khalayak setelah mengonsumsi pesan-pesan media massa. Umumnya dikaitkan dengan perubahan yang berdimensi kognitif, afektif, dan konatif. Informasi yang disampaikan media massa adalah realitas yang telah dikonstruksi oleh para pekerja media, termasuk para gatekeeper, dan telah menjadi realitas media. Realitas media tidaklah sama dengan realitas sesungguhnya. Berbagai dinamika dan kepentingan internal dan eksternal media massa mewarnai realitas bentukan media.

Dengan demikian, realitas media merupakan realitas bentukan yang telah lebih dahulu mengalami seleksi dan interpretasi serta penyesuaian-penyesuaian tertentu. Dalam menyeleksi media dan pesan-pesan yang akan dikonsumsi, khalayak perlu memahami seluk-beluk produksi, reproduksi, dan distribusi isi media. Hal ini dibutuhkan agar khalayak memahami berbagai kepentingan di balik produksi isi media.

Media massa dalam hal ini ibarat pisau bermata dua. Di satu sisi media memiliki beberapa fungsi positif, seperti; to inform, to educate, akan tetapi di sisi lain

informasi yang dihadirkan juga memiliki efek negatif, bahkan bisa jadi pemicu khalayak atau seseorang untuk melakukan hal yang sama dengan tayangan atau informasi yang dilihat.

Terpaan media adalah suatu perilaku seseorang (audiens) dalam menggunakan media. Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi dimana audiens diterpa oleh suatu isi pesan didalam media atau bagaimana media menerpa audiens. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang di konsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rakhmat 66:2004).

Terpaan melalui media baru merupakan kondisi audiens diterpa informasi melalui media baru yang disebut juga komunikasi massa karena secara potensial menjangkau khalayak global melalui jaringan dan koneksi internet. Media baru telah muncul sebagai hasil dari inovasi teknologi. Media baru memiliki sifat multi-arah, media baru mendorong bahkan mewadahi respons serta memiliki beragam bentuk dan konten. Media baru, media komunikasi yang mengacu pada konten yang dapat diakses kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital, serta memiliki kemampuan melakukan interaksi antara pemberi informasi dan penerima informasi dan memungkinkan partisipasi kreatif dari berbagai pihak (McQuail: 2011).

Budaya Korea Selatan dewasa ini telah menyebar luas ke seluruh dunia, khususnya di kawasan Asia Pasifik, budaya korea ini menyebar melalui musik, fashion, dan tayangan televisi yang banyak menggambarkan budaya sehari – hari masyarakatnya. Korea Selatan dianggap menjadi pusat fashion, musik, dan

entertainment di kawasan Asia, dan bahkan telah masuk dalam kawasan global. Korean Wave atau Hallyu yang dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan “Gelombang Korea” adalah sebuah istilah yang digunakan untuk tersebarnya budaya Korea secara global di seluruh penjuru dunia, termasuk di Indonesia.

Pada umumnya, Korean Wave atau Hallyu ini memicu orang-orang yang mengikuti atau hanya sekedar mempelajari bahasa hingga kebudayaan dari Korea itu sendiri. Korean Wave pada hakikatnya merupakan fenomena demam Korea yang disebarkan melalui media massa atau social media berupa musik, tayangan hingga fashion. Kemunculan dari Korean Wave ini pertama kali ditandai dengan kehadiran dramanya yang berhasil memikat penonton di Indonesia.

Dikutip dalam Kiki Zakiah, 2019. Keberhasilan Drama Korea mengambil hati masyarakat Indonesia terbukti dengan tingginya minat penonton terhadap drama Korea yang pertama kali ditayangkan saat itu, yaitu *Endless love*. Sukses *Endless love* membuat stasiun televisi lokal lebih gencar mengimpor drama dari negeri gingseng. Drama seperti *Jewel in The Palace*, *Princess Hours*, *Coffee Prince*, *Winter Sonata*, *Full House*, *My Sassy Girl Chunhyang*, hingga *Boys Before Flower* tak kalah suksesnya menarik perhatian masyarakat. Bahkan, para pemain yang ada dalam drama-drama tersebut telah menjadi idola baru di kalangan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan survey AC Nielsen Indonesia, serial *Endless Love* ratingnya mencapai 10 (ditonton sekitar 2,8 juta pemirsa di lima kota besar), mendekati *Meteor Garden* dengan rating 11 (sekitar 3,08 juta pemirsa) (dikutip pada SlideShare Amelia

H.Day 2011). Dengan begitu efek semakin luas mengingat tingginya rating dan jumlah penonton.

Generasi millennial (usia 21-24 thn) dan generasi Z (usia 15-20 thn) sudah makin meninggalkan siaran TV konvensional dan TV kabel dan makin beralih menonton film atau acara TV via internet. ini dibuktikan dalam riset Nielsen (2016), sekitar 44 persen anak muda 18-34 tahun di asia pasifik rela stop berlangganan TV kabel demi mengalihkan uangnya untuk berlangganan konten video di internet. Jumlah penonton video via internet sampai akhir 2017 mencapai 732 juta per bulan, melonjak lebih dari 90 persen dalam lima tahun terakhir.

Data dari pengguna aplikasi Tribe Indonesia menunjukkan rata-rata durasi menonton drama Korea per hari sudah mencapai 76 menit, lebih lama dari rata-rata durasi menonton video di Youtube Indonesia yang mencapai satu jam per hari. Salah satu drama Korea yang paling laris ditonton di Tribe adalah "My Secret Romance" dibintangi oleh Sung Hoon dan Song Ji-eun, keseluruhan episodenya sudah ditonton lebih dari 1,1 juta kali oleh 143,000 pengguna (rata-rata menonton 9 episode dari total 13 episode) aplikasi Tribe Indonesia sejak Mei 2017 lalu.

Penggemar drama korea khususnya genre romantis memiliki sebagian besar penggemar wanita dengan usia dewasa awal. Dalam riset yang dilakukan Tirto.id dalam artikel Drama Korea Hidup Saya menunjukkan Mayoritas responden yang berjumlah 263 pada penelitian tersebut adalah wanita dengan proporsi sebesar 85,17 persen. Umumnya responden berumur 20an, dan 54,37 persen di antaranya berusia 21-26 tahun. Responden yang berusia 15-17 tahun hanya berjumlah 4,18 persen. Dari

sini, bisa kita ketahui bahwa drakor merupakan tontonan yang paling banyak digemari oleh generasi milenial. Riset *Tirto* menyebutkan bahwa media sosial, seperti Facebook, Twitter, dan Line, merupakan sumber masyarakat penyuka drama Korea untuk mencari informasi drama yang akan ditonton (55,13 persen). Hanya 2,66 persen masyarakat yang mendapatkan informasi drama Korea dari keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa penyuka drama Korea di Indonesia lebih suka mencari informasi sendiri dibandingkan bertanya kepada kerabat maupun lingkungan sosial lainnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya followers pada akun twitter dan juga instagram fanbase drama dengan jumlah followers melebihi sepuluh ribu atau bahkan seratus ribu pengikut.

Dalam Drama Korea biasanya memunculkan sosok aktor dengan fisik yang tampan dan kemampuan akting yang baik. juga selalu memunculkan kisah cinta bak di negeri dongeng, dengan karakter laki – laki sempurna juga pemeran wanita yang cantik dan sangat dicintai oleh pemeran utama laki – laki. Dengan cerita cinta yang manis khususnya jenis drama komedi romantis membuat khususnya kaum hawa hanyut di dalamnya. Memang banyak sekali jenis drama korea yang disajikan dari mulai fantasi, crime, hingga thriller. Namun mayoritas dari penggemar drama korea menyukai jenis drama romantis, yang mengandalkan dan mengaduk perasaan penontonnya. Drama korea yang tersebar secara global atau dalam *New Media* ini pasti memunculkan kecenderungan pada setiap penontonnya. Efek yang ditimbulkan bisa berupa kecenderungan cindrella complex yaitu ketergantungan psikologis yang

terjadi pada perempuan yaitu terdapat keinginan yang mendalam untuk dirawat dan dilindungi oleh orang lain terutama oleh sosok laki-laki.

Dowling (1992) dalam Novida Syafrida, 2019 mencetuskan istilah Cinderella Complex ini untuk pertama kalinya dan menjelaskan bahwa Cinderella Complex dicetuskan berdasarkan pengalaman pribadi. Setelah melakukan banyak penelitian dan penyelidikan ternyata Cinderella Complex adalah suatu jaringan sikap dan rasa takut yang sebagian besarnya tertekan sehingga wanita tidak bisa dan tidak berani memanfaatkan sepenuhnya kemampuan otak dan kreativitasnya. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi bahwa efek ini dapat berasal paparan dari luar atau media massa yang semakin lama membentuk sebuah realitas baru atau sebuah efek konatif terhadap seseorang.

Melihat ini peneliti ingin lebih tahu bagaimana terpaan drama korea dalam intensitas menonton pada penggemarnya dapat memunculkan kecenderungan Cinderella Complex yang dapat merugikan para wanita dalam tahap usia dewasa awal maka disini peneliti merumuskan masalah yaitu **“Sejauhmana Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex di Kalangan Penggemarnya ?”**

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun Identifikasi Masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, penelitian ini bermaksud untuk:

1. Sejauh mana Hubungan **Perhatian** Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex?
2. Sejauh mana Hubungan **Penghayatan** Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex?
3. Sejauh mana Hubungan **Durasi** Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex?
4. Sejauh mana Hubungan **Frekuensi** Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex?
5. Sejauh mana Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan kecenderungan **Mengandalkan orang lain**?
6. Sejauh mana Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan kecenderungan **Mengandalkan laki – laki**?
7. Sejauh mana Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan kecenderungan **Rasa rendah diri**?
8. Sejauh mana Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan kecenderungan **Ketakutan Kehilangan Feminitas**?
9. Sejauh mana Hubungan **Intensitas Menonton** Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan **Cinderella Complex**?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex di Kalangan Penggemarnya :

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex pada Wanita Dewasa Awal penggemar Drama Korea.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sejauh mana **Perhatian** Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex
2. Untuk mengetahui sejauh mana **Penghayatan** Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex
3. Untuk mengetahui sejauh mana **Durasi** Menonton Drama Korea Roamntis dengan Kecenderungan Cinderella Complex
4. Untuk mengetahui sejauh mana **Frekuensi** Menonton Drama Korea Romantis dengan Kecenderungan Cinderella Complex
5. Untuk mengetahui sejauh mana Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan kecenderungan **Mengandalkan orang lain?**

6. Untuk mengetahui sejauh mana Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan kecenderungan **Mengandalkan laki – laki?**
7. Untuk mengetahui sejauh mana Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Romantis dengan kecenderungan **Rasa rendah diri?**
8. Untuk mengetahui sejauh mana Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Roamntis dengan kecenderungan **Ketakutan Kehilangan Feminitas?**
9. Untuk mengetahui sejauh mana Hubungan **Intensitas Menonton** Drama Korea Romantis dengan kecenderungan **Cinderella Complex?**

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan tentang ilmu komunikasi secara umum dan secara khusus terkait Cinderella Complex pada Penggemar Drama Korea.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya dalam mempelajari fenomena

bagaimana seorang penggemar drama korea romantis yang memiliki kecenderungan Cinderella Complex. Selanjutnya diharapkan penelitian ini juga membuka cara pikir positif bagi penulis sendiri agar lebih mengembangkan dan menerapkan ilmu yang lebih meluas dan mendalam dari waktu ke waktu.

2. Kegunaan Bagi Universitas

Adapun kegunaan utama bagi Universitas, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu untuk pengembangan disiplin ilmu yang bersangkutan. Juga menjadi referensi para mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya baik itu dalam hal mendapatkan pembelajaran baru ataupun menjadi paduan pembelajaran.

3. Untuk masyarakat

Penelitian ini berguna bagi kalangan masyarakat dan memberi pemahaman bagi masyarakat bahwa kecenderungan Cinderella Complex dapat terjadi pada penggemar drama korea. Masyarakat harus lebih memahami bahwa interpretasi laki – laki sempurna dapat dilihat dari pengalaman atau dari media massa. Karenanya dengan penelitian ini penulis berharap masyarakat dapat melihat kecenderungan awal Cinderella Complex yang terjadi sebelum kecenderungan itu semakin parah.