

RESEPSI MAHASISWA PADA K-DRAMA **BUSINESS PROPOSAL** DI SBS & NETFLIX

Rivanka Maharani

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
e-mail korespondensi: rivankamaharani15@gmail.com

Abstract

Business Proposal is a Korean drama with a romance comedy genre adapted from a webtoon named *The Office Blind Date* that gained popularity and attracted many viewers not only from South Korea but also from other countries because it was broadcasted on two channels Seoul Broadcasting System (SBS) and the streaming platform Netflix. Students as viewers come from various backgrounds and experiences which can create perceptions just like when watching the Korean drama *Business Proposal*. From the context above, this study aims to find out how students perceive of *Business Proposals* drama on SBS & Netflix using the reception study as the research method. The results of this study showed that students' perceptions having diversity based on different universities, majors, gender, and age. From this perception, there is a reception or acceptance of students for the *Business Proposal* drama, from students who have read the webtoon version have different acceptance categories, namely dominant, negotiation and opposition, and students who have not read the webtoon are mostly in dominant and negotiating positions.

Keywords: Reception, Perception, Students, K-Drama

Abstrak

Business Proposal adalah drama Korea bergenre komedi romantis diadaptasi dari webtoon yang mendapatkan popularitas dan menarik banyak penonton tidak hanya dari Korea Selatan tetapi juga dari negara lain karena ditayangkan di dua saluran *Seoul Broadcasting System* (SBS) dan platform streaming Netflix. Mahasiswa sebagai penonton berasal dari berbagai latar belakang dan pengalaman berbeda yang dapat menciptakan persepsi seperti halnya ketika menonton drama Korea *Business Proposal*. Dari konteks di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa menonton *Business Proposal* di SBS & Netflix dengan menggunakan metode penelitian studi resepsi. Hasil penelitian menunjukkan persepsi mahasiswa memiliki keberagaman berdasarkan universitas, jurusan, jenis kelamin dan usia yang berbeda-beda. Dari persepsi tersebut adanya resepsi atau penerimaan mahasiswa terhadap drama *Business Proposal*, dari mahasiswa yang sudah membaca versi webtoon memiliki kategori penerimaan yang berbeda-beda yaitu ada yang dominan, negosiasi dan oposisi dan bagi mahasiswa yang belum membaca sebagian besar berada di posisi dominan dan negosiasi.

Kata Kunci: Resepsi, Persepsi, Mahasiswa, K-Drama

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu cepat membuat kebutuhan akan informasi semakin meningkat, berbagai jenis media massa memiliki ciri khas tersendiri untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Salah satu jenis media massa elektronik televisi

memiliki sifat yang tidak semua dimiliki oleh jenis media massa lain yaitu memanfaatkan audio visual dalam menyampaikan pesannya. Keberadaan televisi pun juga dinilai paling efektif, penayangannya dapat menjangkau berbagai wilayah dan dapat menarik simpati khalayak

secara luas (Utami et al., 2019). Ada survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) dalam (Pahlevi, 2021) menunjukkan bahwa televisi masih menjadi sumber informasi terpercaya oleh masyarakat, hasil survei menyatakan sebanyak 47% responden menjawab televisi sebagai media yang mereka percayai. Menurut Nurudin dan Effendy dalam (Utami et al., 2019) sesuai dengan fungsi dan perannya, bahwa eksistensi media televisi cukup mengakomodir berbagai kebutuhan khalayak terhadap informasi, hiburan dan pendidikan seperti melalui publikasi berita, drama, sinetron, film, *talkshow*, komedi dan program acara televisi lainnya.

Saat ini drama televisi semakin eksis dan populer di kalangan masyarakat. Survei yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam lokadata mengenai jenis program televisi yang paling diminati berdasarkan jenis kelamin menunjukkan sebanyak 85,5% 1 2 perempuan dan 58,5% laki-laki senang menonton Drama (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2016). Drama hasil produksi dari Korea Selatan atau K-Drama lah yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, Igak Satrya Wibawa selaku Pakar Kajian Sinema Universitas Airlangga menyebutkan dalam *kompas.com* jika tren drama Korea sedang menjamur di Indonesia dan itu yang menyebabkan drama Korea banyak

digemari terutama oleh remaja Indonesia (Ihsan, 2021)

Drama yang di produksi dari Korea Selatan atau K-Drama adalah bagian dari jenis industri hiburan Korea Selatan yang kini meluas di berbagai belahan dunia. Akibat eksistensinya, fenomena ini dikenal sebagai *Korean wave* yaitu sebuah proses penyebaran budaya Korea Selatan berisikan produk-produk hiburan Korea Selatan seperti musik, drama, *fashion, style*, dll. K-Drama dikategorikan sebagai salah satu produk *Korean wave* yang memiliki peran signifikan di Indonesia karena menawarkan cerita-cerita menarik dengan menampilkan budaya-budaya khas Korea Selatan secara detail seperti kuliner, teknologi dan fashion, hal ini membuat *Korean wave* di Indonesia semakin berkembang dan populer khususnya K-Drama (Putri et al., 2019). Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) dalam (Pusparisa, 2020) melakukan survei yang melihat peningkatan dan penggemar drama korea terutama selama pandemi yaitu diantara 924 responden, 842 responden mengaku menonton K-Drama selama pandemi COVID-19. Drama Korea memiliki cerita fiksi atau hasil imajinasi yang menggambarkan kehidupan atau budaya masyarakat Korea Selatan. Drama Korea biasanya dikemas dengan durasi sekitar 60-70 menit dan memiliki jumlah episode sebanyak 16 episode, bahkan bisa lebih atau sedikit. Genre yang diangkat oleh drama Korea cukup beragam mulai dari romansa, komedi, aksi, keluarga dan fantasi

dengan berbagai tema seperti tema kedokteran, hukum, *entertainment*, yang disiarkan melalui berbagai jenis stasiun televisi di Korea Selatan seperti OCN, SBS, KBS World, TVN dan JTBC.

Drama Korea berjudul "Business Proposal" merupakan drama dengan genre *romance-comedy* yang diproduksi oleh stasiun televisi Korea Selatan SBS dan diadaptasi dari sebuah aplikasi komik Kakaopage berjudul "*The Office Blind Date*" hasil kolaborasi dari NARAK, Perilla dan Haewa yang telah dibaca sebanyak jutaan kali di aplikasi komik Kakaopage. Drama yang diperankan oleh aktor dan aktris Ahn Hyoseop, Kim Sejeong, Seol In Ah dan Kim Min Gue ini menceritakan tentang seorang karyawan perempuan biasa bernama Shin Hari yang membantu sahabatnya Jin Young Seo dengan cara mengantikannya menghadiri perjodohan atau kencan buta demi mendapatkan uang, namun tak disangka pasangan yang ditemui dalam perjodohan tersebut adalah Kang Taemu yaitu CEO perusahaan tempat Shin Hari bekerja. (Nabilla, 2022). Business Proposal memiliki 12 episode dan ditayangkan setiap hari Senin dan Selasa pukul 20.00 WIB melalui stasiun TV SBS dan 21.30 WIB di platform Netflix. Setelah merilis episode pertama pada 28 Februari 2022 lalu, Business Proposal meraih berbagai komentar positif dan antusias tinggi dari masyarakat, banyak yang merasa terhibur dengan karakter dan akting dari para pemain. Rating yang diperoleh drama Business Proposal juga selalu bertambah di setiap episode nya,

menurut perhitungan Nielsen Korea untuk rating tertinggi Business Proposal mencapai 11,6% di episode 9 & 10 untuk kategori Nationwide dan 12,4% untuk kategori Metropolitan Area (Bora, 2022). Tak hanya itu, posisi drama Business Proposal bertahan di top 10 Netflix secara global selama 3 minggu berturut-turut walaupun drama nya sudah berakhir pada 5 April 2022 (Tempo.co, 2022). Ini membuktikan bahwa drama Business Proposal sangat populer tak hanya di kalangan masyarakat Korea Selatan saja, tetapi juga secara internasional. Business Proposal meraih kepopuleran bahkan sampai setelah drama nya berakhir, padahal drama Business Proposal dinilai sebagai drama yang cukup klise dengan alur cerita mudah ditebak. Dikutip dari *wolipop.detik.com*, netizen dalam forum online mengatakan bahwa cerita Business Proposal ringan dan selalu menghibur sehingga banyak diminati. Disisi lain, juga masih banyak yang memperdebatkan drama Business Proposal karena merasa alur cerita aneh dan terkesan *cheesy* (Hanifah, 2022).

Drama Korea Business Proposal yang sempat menjadi pusat perhatian audiens menimbulkan berbagai persepsi, apalagi cerita ini memiliki dua versi berbeda berdasarkan cerita dari webtoon dan versi drama. Walaupun secara alur tetap sama, tetapi masih banyak ditemukan detail berbeda antara versi webtoon dan versi drama nya. Selain itu, ada dua saluran yang digunakan untuk menayangkan drama ini yaitu ditayangkan melalui

stasiun televisi korea selatan yang audiens nya berasal dari orang Korea Selatan langsung maupun audiens penggemar Korea yang rela berlangganan tv kabel untuk menikmati acara dan drama Korea di channel SBS dan melalui platform Netflix yang audiens nya tidak semua berasal dari penggemar drama Korea. Selain itu, penonton Business Proposal dapat terbagi lagi menjadi beberapa kalangan, salah satunya dari kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan individu yang sedang menempuh pendidikan yang memiliki rata-rata usia 18-24 tahun (Paramita, 2010). Mahasiswa juga termasuk audiens yang memiliki persepsi berbeda-beda terhadap apa yang mereka tonton.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan memahami persepsi mahasiswa pada K-Drama Business Proposal di SBS & Netflix. Konsep persepsi pun digunakan untuk membantu menjelaskan penelitian ini. Persepsi menurut Walgito dalam (Yazid & Ridwan, 2017) mengenai persepsi yaitu proses yang didahului oleh pengindraan, pengindraan yang dimaksud adalah saat proses tersebut diterima stimulus oleh suatu individu melalui alat penerimanya. Tak sampai pada stimulus saja, setelah itu diteruskan dari syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf yang kemudian proses selanjutnya adalah sebagai proses persepsi. Sunaryo berpendapat jika persepsi pada hakekatnya terjadi karena adanya rangsangan dalam diri individu dan yang menjadi objek dalam hal ini adalah individu itu

sendiri. Thoha (Thoha, 2014) memaparkan tahapan atau proses dari persepsi yaitu sebagai berikut: (1) Stimulus dan Rangsangan, yaitu khalayak menerima stimulus atau rangsangan dari lingkungan sekitarnya, (2) Registrasi, yaitu setelah mendapat rangsangan, khalayak melewati tahap registrasi dimana terlihatnya gejala pada fisik mereka berupa penginderaan. Seseorang dapat menangkap suatu pesan melalui alat indera mereka yang kemudian akan merekam semua pesan yang mereka terima, (3) Interpretasi, yaitu tahap dimana seseorang mulai memberikan arti pada pesan atau informasi yang mereka dapatkan bergantung pada kepribadian dan pengalaman orang tersebut.

Teori untuk mendukung penelitian ini menggunakan teori analisa resepsi yaitu teori yang mengutamakan tanggapan pembaca terhadap sebuah karya, misal tanggapan umum yang mungkin berubah-ubah yang bersifat penafsiran dan penilaian terhadap karya yang hadir dalam jangka waktu tertentu. Menurut Fiske dalam (Sely & Aladdin, 2018) penggunaan teori resepsi menjadi pendukung dalam kajian terhadap khalayak yang sesungguhnya tidak menempatkan khalayak sebagai khalayak yang pasif namun dipandang memiliki kuasa sendiri terhadap pemaknaan dari berbagai wacana yang diberikan media. Stuart Hall mengembangkan kembali teori resepsi pada tahun 1973 sebagai teori analisis resepsi yang menyatakan bahwa resepsi melihat khalayak sebagai individu-

individu yang selektif dan dapat memaknai konten media yang mereka lihat dan baca berdasarkan dari latar belakang budaya, sosial dan pengalaman yang mereka miliki (Nur, 2018). Dalam (Djafar, 2021) Stuart Hall mengembangkan model *encoding-decoding* pada 1973 dimana makna dikodekan oleh pengirim dan diterjemahkan oleh penerima, makna dikodekan oleh pengirim berdasarkan tujuan dan persepsi mereka, sementara penerima pesan menerjemahkan makna tersebut atas dasar pemahaman dan persepsi mereka sendiri. Kesimpulannya adalah *proses encoding – decoding* ini menjadi proses mengonsumsi dan memproduksi makna dari konten media massa yang diperolehnya. Hall membagi 3 kategori proses pemaknaan oleh khalayak antara lain kategori dominan yaitu khalayak sejalan kode-kode yang dikirimkan pembuat program, negosiasi yaitu khalayak menerima makna yang diberikan pembuat program namun memodifikasinya sedemikian rupa dan oposisi yaitu khalayak tidak sejalan dengan kode-kode yang dikirimkan pembuat program.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma Konstruktivisme sebagai paradigma yang digunakan dalam penelitian ini. Konstruktivisme adalah pandangan terhadap bagaimana pengamatan dan objektivitas digunakan dalam menemukan suatu realitas dan ilmu pengetahuan. Paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas

sosial dilihat sebagai hasil konstruktivisme sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena sesuai dengan ciri-cirinya yaitu memandang bahwa realita itu subyektif, hadir karena dihadirkan lewat konstruksi, realitas diteliti melalui wawancara dan studi kepustakaan.

Pendekatan menggunakan pendekatan kualitatif, menurut Muhadjir dalam (Batubara, 2017) pendekatan ini melakukan riset berdasarkan pada gejala atau fenomena yang bersifat alami, riset ini dikenal dengan istilah *Naturalistic Inquiry, Field Study*, atau studi observasional yang berarti mendasar dan naturalistik atau secara alami. Oleh karena itu, riset yang dilakukan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif tidak dapat dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan. Jenis penelitian kualitatif deskriptif menurut Sukmadinata dalam (Utami et al., 2019) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif berarti mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas dan keterkaitan antar kegiatan. Objek penelitian berarti situasi sosial yang ingin diketahui apa yang terjadi di dalamnya, objek penelitian ini yakni drama Business Proposal dan subjek penelitian menurut Basrowi dan Moleong dalam (Murdiyanto, 2020) adalah sumber informasi atau orang-orang yang paling paham dengan

permasalahan yang sedang diteliti atau orang-orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa.

Metode penelitian studi resepsi yaitu metode yang memahami proses produksi makna yang dilakukan khalayak ketika mengkonsumsi media. Dalam (Adi, 2012) David Morley dikenal sebagai tokoh pertama yang mengkaji khalayak media dengan studi resepsi. Morley mengemukakan tiga posisi pembaca teks yang kemungkinan berada di posisi dominan, negosiasi dan oposisi. Tiga hal pokok dalam metodologi resepsi disebut sebagai *the collection, analysis, and interpretation of reception data* (Jankowski & Jensen, 2002: 139). Ketiga hal pokok tersebut adalah (1) *The Collection*, yaitu proses pengumpulan dan mengoleksi data utama dari informan, (2) *Analysis*, yaitu setelah mengumpulkan data dengan wawancara secara mendalam dilakukan analisis terhadap hasil wawancara dan wacana khalayak lainnya, (3) *Interpretation of Reception Data*, Pengalaman bermedia khalayak diinterpretasikan dengan mengacu pada konteks yang bersifat konsisten, baik wacana media yang berhubungan maupun konteks sosial yang luas.

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara secara mendalam, studi kepustakaan dan dokumentasi berupa rekaman audio dan video, dalam menentukan wawancara informan terbagi menjadi

beberapa kategori antara lain mahasiswa yang membaca webtoon *The Office Blind Date* dan menonton drama Business Proposal, mahasiswa tidak membaca webtoon The Office Blind Date dan menonton drama Business Proposal di channel SBS, dan mahasiswa tidak membaca webtoon The Office Blind Date dan menonton drama Business Proposal di channel Netflix.

Teknik keabsahan data adalah untuk mengukur valid tidaknya suatu data. Menurut Denzin & Yvonna S. Lincoln dalam (Murdiyanto, 2020) data yang terkumpul diuji keabsahannya dengan triangulasi sumber dan metode. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility, transferability, dependability, and confirmability*. Dalam penelitian ini akan menguji keabsahan data dengan menggunakan uji kredibilitas (*credibility*) kepercayaan terhadap hasil data yang dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya menggunakan triangulasi. Triangulasi dalam uji kredibilitas adalah cara pengecekan data berdasarkan sumber, cara dan waktu. Oleh karena itu, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu dimana dapat dilakukan dengan cara pengecekan hasil penelitian. Penelitian ini akan menggunakan triangulasi jenis sumber, yang berarti data dilakukan pengecekan berdasarkan hasil data dari sumber penelitian yang telah dikumpulkan yaitu hasil wawancara.

Teknik analisis data secara kualitatif menurut (Sugiyono, 2013)

dilakukan sejak proses pengumpulan data berlangsung sampai pengumpulan data berakhir dalam periode tertentu, yang berarti peneliti sudah melakukan analisis ketika proses wawancara dengan narasumber terjadi. Aktivitas menganalisis data menurut Miles & Huberman meliputi reduksi data (*data reduction*) yaitu berfokus pada memilah, membagi, dan merangkum data-data yang telah diperoleh. Ini dapat membantu peneliti untuk memberikan gambaran yang jelas dari data yang telah direduksi, penyajian data (*data display*) yaitu setelah data telah direduksi, penyajian data dilakukan agar hasil data yang telah direduksi dapat tersusun dengan baik sehingga memudahkan pembaca untuk memahami data penelitian dan *conclusion drawing/verification* yaitu kesimpulan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat. Tetapi jika kesimpulan yang dijelaskan pada tahap awal memiliki atau didukung oleh bukti-bukti data yang faktual dan aktual juga valid maka kesimpulan yang dikemukakan menjadi kesimpulan yang kredibel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan dari 9 informan mahasiswa memiliki persepsi berbeda-beda saat menonton drama Business Proposal, selain adanya perbedaan latarbelakang dan pengalaman, mereka terbagi menjadi mahasiswa yang sudah menonton dan membaca versi webtoon sebelumnya, dan mahasiswa yang sudah menonton

melalui channel SBS maupun Netflix tetapi tidak membaca versi webtoon nya. Hal yang melatarbelakangi mereka menonton drama ini antara lain adalah memiliki rasa penasaran akibat melihat beberapa cuplikan di sosial media, ada yang ingin menghilangkan rasa jemu dan stress, memiliki ketertarikan pada genre *romance comedy* dan sudah menyukai tokoh-tokohnya sejak awal.

Saluran atau channel yang mereka juga berbeda yaitu menonton melalui channel SBS secara langsung dan melalui Netflix. Alasan mahasiswa memilih menonton melalui channel SBS karena jam tayang lebih cepat walaupun tanpa terjemahan. Sementara melalui Netflix karena lebih mudah dipahami dengan adanya terjemahan walaupun harus menunggu jam tayang satu jam setelahnya. Walaupun beberapa mahasiswa menonton melalui channel SBS tanpa menggunakan terjemahan mereka masih bisa memahami pesan yang ada di drama tersebut melalui ekspresi dan gestur dari pemain-pemainnya. Beberapa mahasiswa lain lebih memilih menonton melalui *platform streaming* Netflix karena jauh lebih bisa memahami menggunakan terjemahan, dan bahkan ada mahasiswa yang menonton dua kali yaitu pertama melalui channel SBS kemudian dilanjutkan di *platform streaming* Netflix. Jika dipahami ini sejalan dengan bagaimana audiens masih mengonsumsi media massa televisi untuk memperoleh informasi atau mencari hiburan, dan ini pun

didukung dengan hasil survei yang sempat dijelaskan di latar belakang jika televisi menjadi sumber informasi yang masih diminati oleh penonton (Pahlevi, 2021). Sedangkan dalam (Talitha Reyhan Widana & Hermanu, 2021) menunjukkan menonton drama Korea secara online atau *streaming* disebabkan karena akses internet yang mudah di kota besar dan tersedia terjemahan dan juga bisa diunduh sehingga dapat memudahkan penontonnya.

Penelitian ini juga menggunakan teori analisa resepsi, analisa resepsi menjelaskan tentang penerimaan dan pemaknaan audiens atau khalayak terhadap konten media massa yang mereka terima. Teori analisa resepsi milik Stuart Hall mengacu pada model *encoding* dan *decoding* dimana para audiens berada dalam tahap *decoding* yaitu penafsiran dan menerjemahkan makna-makna yang mereka peroleh dari media massa tersebut yang pada intinya audiens dalam teori analisa resepsi, penonton dipandang sebagai audiens yang aktif. Dalam teori analisa resepsi pemaknaan audiens terbagi menjadi 3 kategori yaitu dominan, negosiasi dan oposisi. Di penelitian ini, peneliti telah mengetahui pendapat atau persepsi mahasiswa terhadap drama Business Proposal dari segala aspek yang ditampilkan di drama ini seperti karakter, tema, alur cerita, sinematografi, dan pesan moral. Kemudian dari persepsi mahasiswa tersebut peneliti memanfaatkan teori analisa resepsi agar dapat mengetahui posisi penerimaan

mahasiswa sesuai 3 kategori dominan, negosiasi dan oposisi dan berikut adalah pembagiannya.:

- (1) Kategori Mahasiswa yang membaca webtoon *The Office Blind Date* dan menonton drama Business Proposal
(a) *Dominant Hegemonic Position* (Posisi Dominan)

Ayu sebagai mahasiswi yang sudah membaca webtoon *The Office Blind Date* dan menonton drama Business Proposal menerima drama Business Proposal adalah drama ringan yang memberikan hiburan bagi penontonnya, aktor-aktor dalam Business Proposal memerankan peran yang sangat baik dan sesuai karakter webtoon dengan chemistry yang kuat satu sama lain, tema 'Blind Date' dalam Business Proposal dinilai mainstream tetapi masih diterima dengan baik karena banyak adegan lucu yang ditampilkan. Selain itu sinematografi Business Proposal cukup bagus dengan menggambarkan nuansa drama romance-comedy. Tidak ada perbedaan signifikan antara cerita di webtoon dan drama, tetapi versi drama lebih banyak ditambahkan detail-detail adegan yang tetap membuat Ayu menikmati selama menonton. Ayu tidak begitu mendapat pesan moral dari drama ini tetapi tak

menghalangnya untuk tetap menonton. Adegan 'Samantha Rachel' pun dipilih sebagai adegan favoritnya.

Dilla sebagai mahasiswi yang sudah membaca webtoon The Office Blind Date berpendapat drama Business Proposal merupakan drama yang membuat penontonnya merasa refreshing karena adegan-adegan komedi di dalamnya bahkan konflik nya sekalipun, chemistry sesama aktor nya juga terlihat cocok dan sinematografi drama ini sudah menggambarkan genre romance-comedy yang memiliki kesan bahagia. Dari sekian banyak drama yang memiliki tema serupa, Business Proposal menjadi drama dengan tema Blind Date paling bagus. Dilla melihat adanya perbedaan dari segi alur atau plot versi webtoon dan drama, namun ia tidak begitu mempermasalahkannya. Dilla juga merasa Business Proposal mengajarkan untuk tidak memanfaatkan satu sama lain seperti ia melihat hubungan antara tokoh Minwoo dan Shin Hari. Adegan Shin Hari dan Kang Taemu bertemu di hotel dipilih Dilla sebagai adegan favoritnya.

Nadia sebagai mahasiswi yang sudah membaca webtoon The Office Blind Date berpendapat

drama Business Proposal adalah drama klise yang biasa saja, namun, drama Business Proposal hadir disaat yang tepat ketika drama-drama Korea dengan plot berat sedang banyak bermunculan. Menurut Nadia ada beberapa persamaan tentang alur yang diceritakan baik di webtoon dan drama, dan konflik dalam drama juga dibuat lebih baik dan terkesan fresh. Karakter Shin Hari, Jin Youngseo dan Secretary Cha dalam Business Proposal dinilai sesuai dengan ekspetasi seperti di webtoon terutama penampilan fisik. Nadia juga terkesan dengan sinematografi yang ditampilkan dalam drama ini, drama dengan cerita ringan dan fresh didukung dengan pengambilan gambar yang bagus. Pesan yang bisa Nadia ambil dalam drama ini adalah setia kawan, seperti melihat hubungan pertemanan Shin Hari dan Jin Youngseo.

(b) *Negotiated Position* (Posisi Negosiasi)

Disamping penerimaan yang baik untuk beberapa unsur drama ini, Dilla juga memiliki pendapat berlainan yaitu karakter Kang Taemu yang dianggap belum memenuhi ekspektasi seperti di webtoon, di webtoon Kang Taemu terlihat sangat serius dan memiliki aura dingin tetapi

di drama tidak banyak ditampilkan.

(c) *Oposition Position* (Posisi Oposisi)

Secara garis besar Nadia berpendapat drama Business Proposal sangat tidak memenuhi ekspektasinya seperti di versi webtoon. Faktor utama nya adalah dari karakter Kang Taemu yang tidak memenuhi ekspektasinya karena dianggap tidak ekspresif dan lebih terlihat datar. Nadia juga kecewa adegan Shin Hari yang seharusnya memakai wig pink seperti di webtoon ternyata tidak dimasukkan di dalam drama. Hal ini membuat Nadia memutuskan tidak menonton Business Proposal sampai episode terakhir.

(2) Kategori Mahasiswa tidak membaca webtoon The Office Blind Date dan menonton drama Business Proposal di channel SBS

(a) *Dominant Hegemonic Position* (Posisi Dominan)

Annisa sebagai mahasiswi yang hanya menonton versi drama Business Proposal di SBS menyatakan awalnya sudah penasaran dengan cerita ini sehingga memutuskan menonton melalui SBS tanpa terjemahan. Annisa berpendapat drama Business

Proposal adalah drama ringan yang cocok untuk ditonton ketika sedang merasa jemu atau stress. Setiap aktor pun cocok dalam memerankan setiap karakter nya dan memiliki chemistry yang bagus apalagi karakter Shin Hari dan Kang Taemu yang terlihat terlalu sempurna, namun masih memperlihatkan ciri khas bahwa drama ini berasal dari webtoon. Annisa menerima bahwa Business Proposal memiliki tema Blind Date dengan alur nya yang tidak terlalu cepat maupun lambat ditambah konflik-konflik ringan juga sinematografi yang terlihat seperti drama-drama romance comedy pada umumnya. Pembelajaran yang dapat Annisa ambil dari drama ini adalah agar tidak memanfaatkan teman seenaknya walaupun itu teman dekat sekalipun dan lebih menumbuhkan percaya diri. Annisa memilih adegan ketika Shin Hari memerhatikan trauma yang dimiliki Kang Taemu sebagai adegan favoritnya.

Victoria sebagai mahasiswi yang hanya menonton Business Proposal di SBS awalnya bingung karena tidak paham dengan bahasa nya tetapi itu tidak menjadi faktor penghalang sebab cerita drama Business Proposal yang dikemas dengan ringan dan mudah

ditebak membuat Victoria dengan mudah memahami isi pesan dan dialog yang disampaikan. Victoria berpendapat drama Business Proposal adalah drama healing yang sangat menghibur dengan plot nya yang ringan, aktor-aktor utama maupun pendukung yang keren dengan ciri khas karakter masing-masing tanpa mendominasi satu sama lain, chemistry aktor-aktor nya yang baik, jalan cerita yang asik, tidak membosankan dan setiap episode nya selalu menayangkan hal-hal seru, Business Proposal pun dianggap sebagai drama yang memiliki tema blind date paling disukai karena bukan hanya blind date biasa, dari blind date ini memunculkan persoalan dan permasalahan yang menarik untuk ditonton dan konflik yang ditayangkan pun sebenarnya masih berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Efek-efek dan editing yang berhubungan dengan sinematografi pun dianggap 'lucu' karena cukup menghibur Victoria. Kemudian, banyak pembelajaran yang bisa Victoria ambil dari drama Business Proposal, pertama adalah pentingnya membangun komunikasi yang baik. Kedua, lebih terbuka dan jujur terhadap apa yang

dirasakan supaya orang lain dapat memahami. Berdasarkan penerimaan Victoria, sebenarnya akar dari permasalahan drama ini karena kurangnya komunikasi dan keterbukaan satu sama lain. Adegan kencan Shin Hari dan Kang Taemu dipilih Victoria sebagai adegan favoritnya.

Lani sebagai mahasiswa yang menonton drama Business Proposal di SBS menyampaikan jika menonton melalui SBS tidak menghalanginya untuk memahami isi pesan dalam drama tersebut karena Lani memiliki kemampuan memahami bahasa Korea. Menurut Lani, drama Business Proposal adalah drama menghibur yang memiliki worklife tidak berat, alur cerita yang berjalan tidak bertele-tele dan dibarengi konflik ringan yang tetap membuat enjoy tanpa harus berpikir keras. Dari setiap aktor juga memainkan karakternya dengan baik terutama Shin Hari yang diperankan oleh Kim Sejeong ditambah chemistry antar pemain yang bagus. Terkadang drama-drama yang memiliki adegan romance seringkali terlihat cringe, tetapi bagi Lani Business Proposal memiliki kisah romance yang menggemarkan. Lani juga berpendapat tema blind date

atau kencan buta dilihat secara umum sepertinya masih awam bagi orang Indonesia, sementara untuk orang Korea kencan buta mungkin bukanlah hal yang asing lagi. Pembelajaran yang bisa Lani ambil dari drama Business Proposal adalah untuk tetap bekerja keras meraih apa yang diimpikan, meskipun Shin Hari bukan dari keluarga kaya tetapi ia bisa meraih apa yang ia impikan. Lani juga menambah pengetahuan baru mengenai pekerjaan Shin Hari sebagai food researcher. Adegan Samantha-Rachel dipilih Lani sebagai adegan favoritnya.

(b) *Negotiated Position* (Posisi Negosiasi)

Posisi Negosiasi menempatkan audiens dalam posisi yang masih menerima secara dominan, namun melakukan penolakan dalam penerapannya di hal tertentu (Fitria, 2021). Dalam kategori mahasiswa yang tidak membaca webtoon The Office Blind Date dan menonton drama Business Proposal di SBS tidak ada yang menempati posisi negosiasi karena dari setiap mahasiswa di kategori ini berada di posisi dominan.

(c) *Oposition Position* (Posisi Oposisi)

Posisi Oposisi yaitu ketika audiens atau penonton memiliki pandangan yang berlawanan atau menolak

pesan yang mereka peroleh dari media massa. Dalam kategori mahasiswa yang tidak membaca webtoon The Office Blind Date dan menonton drama Business Proposal di SBS tidak ada yang menempati posisi oposisi karena dari setiap mahasiswa di kategori ini berada di posisi dominan

(3) Kategori Mahasiswa yang tidak membaca webtoon The Office Blind Date dan menonton drama Business Proposal di Netflix

(a) *Dominant Hegemonic Position* (Posisi Dominan)

Ines adalah mahasiswi yang menonton drama Business Proposal melalui Netflix. Ines berpendapat Business Proposal adalah drama dengan tema kencan buta yang tidak hanya memperlihatkan sisi fantasi tapi juga unsur-unsur realistiknya seperti hubungan Shin Hari dan Kang Taemu yang tak direstui karena perbedaan kasta. Walaupun tema kencan buta sering digunakan oleh drama-drama Korea lain, menurut Ines, Business Proposal cukup mendalam temanya yang didukung dengan akting dan chemistry para aktor yang bagus. Menurut Ines sinematografi dalam drama ini adanya permainan filter dan pencahayaan yang membuat drama ini lebih kontras

dibanding aslinya sehingga terlihat jelas. Selain itu, pembelajaran yang dapat Ines ambil adalah sebaiknya jangan berbohong apapun alasannya, ini berhubungan dengan Shin Hari yang membohongi dan berpura-pura menjadi pacar Kang Taemu di depan kakeknya. Adegan Kang Taemu memamerkan black card dan membeli perusahaan dipilih Ines sebagai adegan favoritnya.

Faudzan adalah mahasiswa yang menonton drama Business Proposal melalui Netflix, awalnya Faudzan hanya ingin menonton serial Netflix yang lain tetapi karena penasaran dengan hype orang-orang mengenai Business Proposal akhirnya Faudzan memutuskan untuk menonton drama ini. Faudzan berpendapat drama Korea dan salah satunya drama Business Proposal saat ini memiliki kualitas yang semakin baik dan hampir setara dengan kualitas film barat atau Hollywood, sinematografi dalam Business Proposal diambil dengan detail seperti cara pengambilan gambar di salah satu adegan di restoran yang dapat memunculkan berbagai suasana dan situasi berbeda. Cerita atau tema seperti drama Business Proposal sebenarnya sudah sering

Faudzan temukan tetapi kali ini dikemas dengan sangat menarik, dan di sisi lain juga memberikan gambaran bahwa ternyata ada kehidupan orang kaya yang harus sampai melakukan kencan buta untuk menemukan pasangan hidupnya. Setiap aktor Business Proposal memiliki akting yang natural dan menjiwai, berdasarkan interaksi dan chemistry antar pemain juga dinilai bagus. Bagi Faudzan alur cerita drama ini terlihat biasa saja, konflik nya mirip dengan konflik-konflik cerita jaman dulu seperti si kaya dan si miskin, namun konflik drama Business Proposal justru lebih refreshing karena dikemas dengan baik. Pembelajaran yang dapat diambil adalah melihat karakter Kang Taemu yang kaya raya dan memiliki segalanya, meskipun terlihat fiksi tapi dapat menjadi acuan Faudzan untuk selalu bekerja keras. Adegan favorit Faudzan adalah saat keempat tokoh utama melayani pelanggan di restoran Shin Hari.

Maria adalah mahasiswa yang menonton drama Business Proposal di Netflix. Awal mula Maria menonton drama ini karena tertarik melihat aktor-aktornya, Maria berpendapat Business Proposal adalah drama yang memiliki alur menyenangkan, dapat

menghilangkan stress dan konflik yang ditampilkan adalah konflik yang umum. Menurut Maria tema kencan buta sudah sering ditemukan, dan menemukan pasangan hidup ternyata bisa melalui kencan buta tersebut. Maria terkesan dengan akting dan chemistry para pemain terutama pemeran Shin Hari, Jin Youngseo dan Secretary Cha, juga menyukai persahabatan antara Shin Hari dan Jin Youngseo. Pembelajaran yang dapat Maria ambil dari Business Proposal adalah dari karakter Shin Hari yang selalu bekerja keras dan mandiri untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Adegan kencan buta dipilih Maria sebagai adegan favoritnya.

(b) *Negotiated Position* (Posisi Negosiasi)

Ines sedikit menyayangkan drama Business Proposal hanya dibuat sebanyak 12 episode saja, padahal akan lebih baik jika episode ditambah. Menurut Ines alur dan konflik Business Proposal seharusnya diceritakan lebih mendalam supaya memberikan pemahaman pada penontonnya.

(c) *Oposition Position* (Posisi Oposisi)

Dalam kategori Mahasiswa/i yang tidak membaca webtoon The Office Blind Date dan menonton drama Business Proposal tidak ada yang termasuk posisi oposisi karena sebagian ada yang di posisi dominan dan ada juga di posisi negosiasi.

Tabel 1. Kategori Penerimaan Khalayak (Stuart Hall)

Kategori Informan	Kategori Penerimaan Khalayak		
	Dominan	Negosiasi	Oposisi
Mahasiswa/i yang membaca webtoon <i>The Office Blind Date</i> dan menonton drama <i>Business Proposal</i>	✓	✓	✓
Mahasiswa/i yang tidak membaca webtoon <i>The Office Blind Date</i> dan menonton drama <i>Business Proposal</i> di SBS	✓	Tidak ada	Tidak ada
Mahasiswa/i yang tidak membaca webtoon <i>The Office Blind Date</i> dan menonton drama <i>Business Proposal</i> di Netflix	✓	✓	Tidak ada

Berdasarkan tabel diatas, adanya perbedaan penerimaan terhadap drama Business Proposal baik dari mahasiswa yang sudah membaca webtoon The Office Blind

Date maupun yang belum membaca versi webtoon.

Mahasiswa yang membaca webtoon The Office Blind Date dan menonton Business Proposal dalam resensi dominan menerima drama

Business Proposal sebagai drama Korea dengan tema kencan buta yang ringan dan menghibur, baik karakter, konflik maupun alur cerita sesuai dengan ekspektasi seperti di versi webtoon. Mahasiswa dengan resepsi negosiasi menganggap masih terkesan dengan karakter Shin Hari, Jin Youngseo dan Secretary Cha yang dapat menggambarkan karakter versi webtoon nya dengan baik, tetapi merasa karakter Kang Taemu masih ada kekurangan karena dianggap tidak menunjukkan sifat dingin nya seperti di versi webtoon. Mahasiswa dengan resepsi oposisi menunjukkan penolakan yaitu menganggap versi webtoon dan versi drama tidak memenuhi ekspektasinya terutama karakter Kang Taemu yang dinilai datar dan tidak ekspresif.

Mahasiswa yang hanya menonton drama Business Proposal melalui channel SBS berada di posisi dominan dengan menyepakati bahwa drama Business Proposal memiliki tema kencan buta yang dikemas dengan baik dari drama-drama lainnya, memberikan pelajaran tentang pentingnya bekerja keras dan menjaga komunikasi yang baik, memiliki aktor-aktor dengan kemampuan akting yang sangat bagus sehingga dapat menjiwai peran dengan baik tanpa ada yang mendominasi. Tidak ada posisi negosiasi maupun oposisi dalam kategori ini.

Mahasiswa yang menonton drama Business Proposal melalui *platform streaming* Netflix ada yang berada di posisi dominan yaitu menyepakati bahwa drama Business

Proposal memiliki tema kencan buta yang menyenangkan dan masih menunjukkan unsur realistik nya dengan *chemistry* para aktor yang cukup baik dan unsur komedi yang sangat menghibur. Mahasiswa di posisi negosiasi menunjukkan masih menikmati hampir keseluruhan drama Business Proposal, tetapi merasa konflik dan alur yang ditampilkan harusnya lebih diperlukan lagi agar penontonnya dapat memahami pesan dengan baik.

Dalam (Topan & Ernungtyas, 2020) alasan penonton menyukai drama Korea karena memiliki alur cerita dan aktor dan aktrisnya yang menarik dan juga pesan yang diberikan bersifat mendidik. Kemudian, dari kalangan mahasiswa cenderung lebih menyukai alur cerita drama Korea yang lebih tertata rapi atau berurutan dan bersifat konvensional (Dayana & Zahara, 2020). Dalam (Effendi et al., 2016) pun dijelaskan bahwa drama Korea tidak hanya bersifat menghibur saja tetapi juga mengandung pesan moral yang baik.

SIMPULAN

Persepsi mahasiswa pada K-Drama Business Proposal di SBS & Netflix memiliki keberagaman karena setiap mahasiswa berasal dari latar belakang wilayah, universitas, jurusan, usia dan jenis kelamin yang berbeda-beda serta dilihat dari sudut pandang mahasiswa yang sudah membaca versi webtoon dan yang belum membaca. Dari persepsi tersebut, setiap kategori mahasiswa memiliki posisi penerimaan yang

berbeda-beda berdasarkan teori analisa resepsi yaitu mahasiswa yang sudah membaca webtoon *The Office Blind Date* dan menonton Business Proposal berada di semua posisi penerimaan, ada yang dominan, negosiasi maupun oposisi, mahasiswa yang belum membaca webtoon *The Office Blind Date* dan menonton Business Proposal di SBS seluruhnya berada di posisi dominan, tidak ada yang ada di posisi negosiasi maupun oposisi, mahasiswa yang belum membaca webtoon *The Office Blind Date* dan menonton Business Proposal di Netflix berada di posisi dominan dan negosiasi, tidak ada yang di posisi oposisi. Ketiga poin tersebut menunjukkan perbedaan penerimaan antara kategori mahasiswa yang sebelumnya sudah pernah membaca versi webtoon *The Office Blind Date* dan mahasiswa yang belum pernah membaca. Mahasiswa yang sudah membaca versi webtoon sebelumnya cenderung berada di kategori penerimaan yang berbeda-beda karena membandingkan antara versi webtoon dan versi drama. Sementara, bagi mahasiswa yang belum pernah membaca sebagian besar menikmati drama Business Proposal secara keseluruhan baik melalui channel SBS maupun Netflix. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu sebaiknya dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih spesifik membahas dari sisi konsep *blind date* itu sendiri dengan menggunakan konsep komunikasi budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, T. N. (2012). Mengkaji Khalayak Media Dengan Metode Penelitian Resepsi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1). <https://www.yumpu.com/id/document/read/43214453/mengkaji-khalayak-media-dengan-metode-penelitian-resepsi>
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Bora, K. (2022). '사내맞선' 안효섭·김세정, 이덕화→윤상정 발각 위기...최고 14.1% <연예> 문화 <기사본문 - 싱글리스트. Slist.Kr. http://www.slist.kr/news/articleView.html?idxno=342002#_elinepile
- Dayana, & Zahara, W. F. (2020). Pengaruh Terpaan Drama Serial Korea Pada Aplikasi Viu Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*. http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&

- tlng=
- Djafar, I. (2021). *Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Nilai-Nilai Islam Dalam Film Wedding Agreement*. UIN Alauddin Makassar.
- Effendi, M. N. A., Malihah, E., & Nurbayani, S. (2016). *Impact of Korean Drama in Indonesia Through the Spread Moral Values for Young Generation*. <https://doi.org/10.2991/icse-15.2016.103>
- Fitria, N. E. (2021). Analisis Resepsi ARMY Nganjuk Terhadap Isi Pesan pada Iklan Gojek Versi BTX "IT'S OKAY TO BE LEBAY." *Commercium*, 4.
- Hanifah, B. L. (2022). *Kim Sejeong Tanggapi Komentar Jahat tentang "A Business Proposal" karena Punya Alur Klise - Zona Banten*. Zonabanten.Pikiran-Rakyat.Com. <https://zonabanten.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-234067790/kim-sejeong-tanggapi-komentar-jahat-tentang-a-business-proposal-karena-punya-alur-klise>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2016). *Jenis acara yang disukai penonton televisi menurut jenis kelamin, 2016 - Lokadata*. Lokadata. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/jenis-acara-yang-disukai-penonton-television-menurut-jenis-kelamin-2016-1511336554>
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- Nabilla, F. (2022). *Sinopsis A Business Proposal: Drama Kencan Buta Karyawan dan CEO-nya - Bagian 2*. Suara.Com. <https://www.suara.com/entertainment/2022/01/21/180212/sinopsis-a-business-proposal-drama-kencan-but-a-karyawan-dan-ceo-nya?page=2>
- Nur, A. S. (2018). *Analisis Resepsi Opinion Leader pada Pemberitaan Calon Gubernur Nurdin Abdullah di Harian Fajar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Pahlevi, R. (2021). *Survei KIC: Masyarakat Lebih Percaya Televisi dan Media Sosial Ketimbang Situs Resmi Pemerintah / Databoks*. Databoks Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/21/survei-kic-masyarakat-lebih-percaya-televisi-dan-media-sosial-ketimbang-situs-resmi-pemerintah>
- Paramita, G. V. (2010). Studi Kasus Perbedaan Karakteristik Mahasiswa di Universitas 'X'-Indonesia dengan Universitas 'Y'-Australia. *Humaniora*, 1(2), 629. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v1i2.2904>
- Pusparsisa, Y. (2020). *Lipi: Masyarakat Menonton Drama*

- Korea Lebih dari Enam Kali dalam Sepekan.* Databoks Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/30/lipi-masyarakat-menonton-drama-korea-lebih-dari-enam-kali-dalam-sepekan>
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Sely, T., & Aladdin, Y. A. (2018). Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews.com Dari Kalangan Mahasiswa/I Universitas Indonesia Terhadap Insiden "Kartu Kuning" Ketua BEM UI. *Jurnal SEMIOTIKA*, 12(1), 62–72.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Talitha Reyhan Widana, & Hermanu, D. H. (2021). Faktor Menonton Drama Korea Melalui Media Online (Web) Pada Remaja Putri. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 400–419. <https://doi.org/10.37329/ganya.v4i2.1328>
- Tempo.co. (2022). *Drama A usiness Proposal Puncaki Daftar Top 10 Netflix 3 Minggu Berturut-turut*. Tempo.Co. <https://www.kompas.com/hype/read/2022/04/06/154603066/drama-a-business-proposal-puncaki-daftar-top-10-netflix-3-minggu-berturut>
- Thoha, M. (2014). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Grafindo Persada.
- Topan, D. A., & Ernungtyas, N. F. (2020). Preferensi Menonton Drama Korea pada Remaja. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 37–48. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/974>
- Utami, A. D., Farid, M., & Sonni, A. F. (2019). Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Serial Drama Televisi Elif di SCTV (Riset Audiens di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/8899/4610>
- Yazid, T. P., & Ridwan. (2017). Proses Persepsi Diri Mahasiswa dalam Berbusana Muslimah. *Jurnal Pemikiran Islam*, 41(2), 193.