

Televisi Berlangganan dan Identitas Diri: Studi Resepsi Remaja terhadap Tayangan Drama Seri Korea *Decendents Of The Sun* di KBS World

Rizki Briandana

Universitas Mercu Buana Jakarta

rizki.briandana@gmail.com

Abstrak

Di era globalisasi, televisi adalah sumber kekuatan yang menyediakan gambar, bahasa dan simbol, di mana khalayak dapat melihat kembali bagaimana media membangun identitas mereka. Seiring dengan perkembangan teknologi, saat ini di Indonesia banyak bermunculan TV berlangganan dengan sangat pesat. Dan drama seri Korea mendapat sambutan hangat dari peminat-peminatnya. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan drama Korea yang ditayangkan baik di stasiun televisi swasta maupun di televisi berlangganan. Pendekatan analisis resepsi digunakan karena pada dasarnya audiens aktif meresepsi teks dan tidak terlepas dari pandangan moralnya, baik pada tahap mengamati, menginterpretasi atau dalam membuat kesimpulan. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa bagaimana responden menggunakan hasil menonton untuk membangun identitas dirinya. Aktivitas menonton drama seri Korea digunakan sebagai salah satu upaya eksplorasi (*exploration*) yaitu usaha mencari informasi dan pemahaman yang mendalam. Secara spesifik responden menggunakan hasil dari aktivitas menonton tersebut sebagai salah satu cara untuk menggali informasi dan penemuan hal-hal baru yang dapat menjadi referensi mereka dalam membangun identitas diri.

Kata kunci: televisi berlangganan, identitas diri, khalayak, drama Korea, analisis resepsi

Abstract

In the era of globalization, the television is a source that provides pictures, language and symbols, in which the audience can look back at how the media build their identity. Currently in Indonesia the use of cable TV is increasing rapidly. Korean drama series received rave reviews from their fans. This can be seen by the increasing number of Korean drama that aired both in the private television stations as well as in the subscription television. Reception analysis is used because basically, audience is active in interpreting text, either in the stage observing, interpreting or in making conclusions, based on his/her moral views. Findings of this study show that how respondents use the results from their interpretation to establish their identity. The activity of watching Korean drama series is used as one of the exploration efforts, which is the search for information and in-depth understanding. Specifically, respondents use the results of the activity of watching as a way to gather information and to discover new things as reference for them in establishing identity.

Key words: cable television, self-identity, audience, Korean drama and reception analysis.

PENDAHULUAN

Media komunikasi dan informasi sejak kemunculannya hingga saat ini telah mengalami transformasi yang signifikan sebagai akibat dari berbagai bentuk teknologi baru. Restrukturisasi informasi

dan produksi komunikasi geografis baru ini ditandai dengan beberapa hal yaitu; 1) jaringan global dan arus informasi internasional, 2) meningkatnya krisis pada lingkup nasional, 3) dan dengan bentuk-

bentuk baru dari kegiatan regional dan lokal (Morley dan Robins, 1995:1).

Saat ini dalam lingkup komunikasi, batas-batas simbolik bahasa dan budaya, batasan ruang transmisi didefinisikan oleh satelit atau sinyal radio, sehingga menyebabkan arus dan pola pergerakan manusia, budaya dan informasi telah melewati berbagai batas jarak geografis, hingga melintasi laut dan gunung yang sebelumnya menjadi batasan dari sebuah masyarakat atau komunitas (Morley dan Robins, 1995:2).

Televisi merupakan salah satu jenis media komunikasi massa yang paling efektif di antara media yang lain. Ini karena, sifatnya yang *audiovisual* (pandang dengar) serta karakteristiknya yang mampu menyampaikan pesan kepada khalayak ramai (Senjaja, 2003:331).

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia kini menjadi terbiasa dengan kegiatan menonton. Menonton televisi melibatkan interaksi antara khalayak dengan program acara televisi yang berlangsung dalam ruang dan waktu dengan latar sosial budaya tertentu. Morley (1992:184) menjelaskan pentingnya pemahaman konteks menonton televisi dalam interaksi yang dilakukan oleh penonton. Lingkungan sosial dan budaya dimana subjek pelaku terlibat dengan media televisi secara khusus membentuk pola-pola dalam menonton.

Pendekatan *cultural studies* mengkaji praktik menonton televisi dengan tujuan untuk menyelidiki "*how the power of television actually meets the social experience of people who watch it*" (Lembo, 2000:55). Dalam interaksi dengan media televisi, subjek pelaku berada dalam kompleksitas konteks sosial budaya tertentu (Triwardani, 2012:5).

Di era globalisasi, televisi adalah sumber kekuatan yang menyediakan gambar, bahasa dan simbol, yang mana

khalayak dapat melihat kembali bagaimana media membangun identitas mereka. Thompson (1995) mengatakan, saat menginterpretasi teks dalam televisi, khalayak memproduksi makna sebagai bagian dari proses negosiasi dalam membangun identitas. Sebenarnya identitas tidak pernah kekal dan terus dibangun melalui ruang dan waktu. Hall (1990) mengatakan bahwa identitas dapat dipahami sebagai sebuah produksi makna, yang tidak pernah selesai, dan identitas sebuah proses yang selalu dikonstruksikan di dalam representasi, namun bukan dari luar (Hall, 1990: 222).

Di Indonesia pada awalnya, televisi nasional merupakan televisi yang paling diandalkan sebagai sumber informasi utama masyarakat, tetapi seiring berkembangnya teknologi, media informasi baru mulai bermunculan, salah satunya yaitu aliran informasi digital melalui TV berlangganan (*satellite television dan cable television*). Karena didasari dengan kemajuan teknologi tersebut sekarang ini masyarakat secara perlahan sudah mulai beralih menggunakan TV berlangganan. Saat ini di Indonesia jumlah perusahaan yang telah mengantongi izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) jasa televisi berbayar sudah berkembang dua kali lipat, dibandingkan pada awalnya tahun 2007. Sekarang tercatat televisi kabel yang sudah beroperasi, yaitu Indovision, Astro, First Media, IM2, TelkomVision, OK Vision, B-Vision, I-Sky-Net, Safuan TV, M2TV, dan Aora TV (<http://www.datacon.co.id/2008>). Berikut adalah grafik pertumbuhan pelanggan TV berlangganan:

Grafik 1. Pertumbuhan Pelanggan TV Berlangganan



Sumber: Media Partner Asia, 2015

Situasi yang kemudian muncul adalah Indonesia menjadi salah satu pasar potensial berkembangnya budaya asing milik negara maju yang berkekuatan besar. Situasi ini mengancam identitas budaya yang telah lama mentradisi dalam kehidupan sosio kultural masyarakat Indonesia. Identitas budaya dihadapkan pada persaingan dengan budaya asing untuk menjadi budaya yang dianut masyarakat demi menjaga eksistensinya. Disamping itu kepentingan kapitalisme bagi pemilik televisi juga tidak bisa dielakan. Dengan persaingan yang sangat ketat bagi televisi nasional dan berlangganan, mereka tetap saling berlomba-lomba menarik minat penonton dengan berbagai strategi.

Salah satu strategi untuk mendapatkan keuntungan ialah dengan mengimport program populer dari luar negeri. Salah satunya ialah dari Korea dengan genre drama. Dimulai pada akhir tahun 1990-an, peningkatan jumlah produk kebudayaan Korea (*K-Pop*) termasuk drama televisi, film, lagu-lagu pop dan sejumlah artis yang terkait telah mendapat popularitas besar di negara-negara Timur dan Asia Tenggara. Korea Selatan yang pada satu abad lalu tidak berpengaruh dalam bidang industri budaya populer bahkan dalam kedudukan yang terpinggir,

kini telah menjadi salah satu negara *cultural exporter* (pengekspor budaya) terbesar di Asia. Korea telah menjadi sebuah negara dengan industri budaya yang berpengaruh dan mampu mengekspor produk-produk budayanya ke luar negara dan menyebarkan pengaruh budaya. Media massa telah mengakui munculnya budaya populer Korea di Asia dengan menyebutnya sebagai kepopuleran budaya korea (*Hallyu* dalam bahasa Korea). *The Associated Press* (Maret 2002) melaporkan bahwa semua hal tentang Korea dari segi makanan, film dan musik, bentuk alis, dan gaya sepatu menjadi tren di Asia, dimana budaya pop telah lama didominasi oleh Tokyo dan Hollywood.

Gelombang Korea dimulai di China pada tahun 1997 ketika drama seri televisi Korea *What is Love All About* yang disiarkan di China Central Television Station (CCTV) mencapai kesuksesan besar. Tayangan ini tercatat berada pada kedudukan kedua tertinggi yang pernah ada dalam sejarah televisi China. Setelah hasil yang tidak diduga ini, serangkaian drama Korea lainnya telah menarik penonton China. Sejak itu, drama televisi Korea banyak di tayangkan di televisi negara-negara seperti Taiwan, Indonesia, Singapura, Thailand, Malaysia dan Vietnam. Selain itu, krisis ekonomi Asia pada akhir tahun 1990-an membawa kepada situasi di mana pembeli Asia lebih menyukai program Korea yang lebih murah. Drama televisi Korea adalah seperempat (1/4) dari harga program Jepang, dan sepersepuluh (1/10) harga drama televisi Hong Kong. Dengan demikian, pendapatan ekspor program televisi Korea meningkat secara mendadak yaitu berawal dari US\$12.7 juta pada tahun 1999 kepada US\$150.950.000 pada tahun 2007.

Dalam hal ini peneliti akan melihat pada interpretasi penggunaan televisi berlangganan khususnya pada drama Korea

Descendants of the Sun yang ditayangkan di channel KBS world pada TV berlangganan Indovision, Astro, First Media, IM2, TelkomVision, OK Vision, B-Vision, I-Sky-Net. Adapun alasan pemilihan drama seri ini dikarenakan drama ini memperoleh top rating setelah penayangannya dalam dua episode. Berdasarkan data yang didapatkan bahwa drama *Descendants of the Sun* mendapatkan rating 22.9%, yang artinya unggul dibanding drama lainnya di TV berlangganan per tanggal 29 Februari 2016 sampai 14 Maret 2016.

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan metode analisis resepsi untuk melihat latar belakang sosial dan budaya di kalangan penonton. Secara metodologi, metode resepsi termasuk dalam paradigma interpretive konstruktivis.

Menurut Neuman (2000:71) pendekatan *interpretive* “*is the systematic analysis of socially meaningful action through the direct detailed observation of people in natural settings in order to arrive at understandings and interpretations of how people create and maintain their worlds*”.

Kajian ini berdasar pada pandangan kajian budaya yang menggunakan teori *encoding-decoding* dari Stuart Hall. Berdasarkan kerangka Hall, pesan dikodekan di interpretasi oleh khalayak. Kerangka enkoding dan dekoding berawal dari model stimulus respon yang dominan.

Baran dan Davis (2003) menjelaskan tiga pengkategorian Hall untuk pengkodkan khalayak, yaitu *dominant*, *negotiated* dan *oppositional readings*. *Dominant or preferred readings* dihasilkan ketika penonton yang sepenuhnya melanggar ideologi pemerintah, kelas menafsirkan televisi yang sesuai dengan

tujuan pemilihan makna yang dikodekan pada teks oleh penerbit atau penulis televisi. *Negotiated readings* dihasilkan ketika penonton membuat interpretasi pribadi yang berarti dengan isi yang berbeda. *Oppositional readings* diproduksi ketika penonton mengembangkan interpretasi pesan yang bertentangan secara langsung dengan kode pesan (Esperitu, 2011:360).

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan *focus group discussion*.

Focus Group Discussion

FGD adalah diskusi dan meninjau isu secara kelompok. Kelompok adalah ‘fokus’ ke dalam beberapa jenis aktivitas kolektif, seperti menonton video, promosi kesehatan, ataupun debat sederhana tentang beberapa pertanyaan. FGD memancing anggota kelompok untuk saling memberikan pendapat, mengajukan pertanyaan, berbagi cerita dan saling memberikan komentar (Barbour & Kitzinger, 1999:4). *Focus Group Discussion* (FGD) juga bertujuan untuk mendapatkan kedalaman kasus yang dikaji, sehingga melalui FGD, dapat diketahui alasan, motivasi, perbahasan pendapat seseorang. Interaksi antara peserta dalam membahas sebuah topik menjadi pengamatan menarik penelitian misalnya perbahasan tentang film, program televisi, konsumsi dan produksi iklan dan sebagainya.

Kajian audiens yang menggunakan metode *focus group discussion* pada umumnya bertujuan untuk menarik peserta dari kelompok atau komunitas secara alami, yang wujud secara bebas dalam penelitian.

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah responden yang menonton tayangan asing

melalui televisi berlangganan yang berdomisili di Jakarta Barat. Pengkategorian responden dibagikan kepada beberapa jenis yang terdiri dari unsur-unsur berikut:

- Responden adalah masuk ke dalam kategori remaja.
- Responden berlangganan TV berbayar.
- Responden menonton tayangan drama Korea *Descendants of the Sun* di KBS World.

Analisis Resepsi

Pendekatan analisis resepsi digunakan karena pada dasarnya audiens aktif meresepsi teks dan tidak terlepas dari pandangan moralnya, baik pada tahap mengamati, menginterpretasi atau dalam membuat kesimpulan. Penelitian resepsi berdasarkan pada kesadaran subjek dalam memahami objek dan peristiwa dengan pengalaman individu. Penggunaan analisis resepsi adalah untuk melihat mengapa khalayak memaknai sesuatu secara berbeda, faktor-faktor psikologi dan sosial yang mempengaruhi perbedaan tersebut dan konsekuensi sosial apakah yang muncul.

Tujuan dari analisis resepsi adalah untuk menjelaskan bahwa teks media mendapatkan makna pada saat peristiwa penerimaan dan khalayak secara aktif memproduksi makna dari media dengan menerima dan menginterpretasi teks-teks sesuai dengan kedudukan sosial dan budaya mereka. Dengan kata lain, pesan dalam media secara subjektif dikonstruksikan oleh khalayak secara individual (Morley, 1990).

Pendekatan ini mencoba untuk membuka dan menguraikan pemahaman individu secara nyata, apa yang telah mereka alami dan rasakan. Analisis Resepsi dikenal sebagai analisis perbandingan tekstual dari sudut pandang media dan audiens yang menghasilkan suatu pengertian pada suatu konteks. Pembaca

atau penonton belum tentu dapat menciptakan makna sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pembuat teks. Khalayak hanya akan melakukan interpretasi makna yang terdapat di dalam teks secara aktif (Morley, 1990).

Secara konseptual khalayak mengkonsumsi media dalam berbagai cara dan keperluan. Hal ini merujuk pada pemikiran yang menekankan pada pengalaman subjektif (*meaning-contruction*) seseorang dalam memahami suatu fenomena. Dalam konteks ini, melihat lebih dekat apa yang sebenarnya terjadi pada individu sebagai pengonsumsi teks media dan bagaimana mereka memandang dan memahami teks media ketika berhubungan dengan media (Gillespie, 2005).

Analisis resepsi dalam kajian ini melebihi lebih dari tiga kategori yang dikenal oleh Stuart Hall karena ia merujuk ke arah *unraveling* dalam konstruksi identitas diri (*self identity*) dan aspirasi untuk memajukan diri (*self development*). Giddens (1991) mengatakan bahwa jati diri (*self image*) menjadi proyek refleksif dalam konteks modern.

Penelitian khalayak menurut Stuart Hall (1973) mempunyai perhatian langsung terhadap: (a) analisis dalam konteks sosial dan politik dimana isi media dihasilkan (*encoding*); dan (b) konsumsi isi media (*decoding*) dalam konteks kehidupan sehari-hari. Analisis resepsi memfokuskan kepada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam ke atas teks media dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media.

Stuart Hall (1996) juga menggunakan konsep hegemoni Gramsci yang menjelaskan bahwa hegemoni itu adalah bendalir yang tidak stabil dan budaya populer adalah persaingan di kalangan

dominant, negotiated, dan oppositional ideology.

Ada pun ketiga kategori *encoding/decoding* menurut Stuart Hall yaitu (Livingstone, 1998:68):

1. *Dominant Hegemonic Kod.*

Audiens mengambil makna yang mengandung arti dari program TV dan meng-dekodnya sesuai dengan makna yang dimaksudkan (*preferred reading*).

2. *Negotiated Kod.*

Audiens bisa menolak dan menerima pesan yang di sampaikan dalam televisi.

3. *Oppositional Kod.*

Audiens membaca kode atau pesan yang lebih disukainya dan membentuknya kembali melanjutkan kode alternatif. Audiens mempunyai pandangan yang berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengumpulan data melalui metode *focus group discussion* (FGD) didapatkan bahwa responden lebih menyukai menonton drama seri Korea dibandingkan dengan drama lainnya, hal itu disebabkan oleh beberapa faktor penting seperti: cerita yang menarik dan tidak membosankan, cerita drama seri Korea selalu mengangkat nilai sosial masyarakat, keharmonisan keluarga dan perjuangan dalam mempertahankan cinta. Selanjutnya ialah musik atau lagu tema (*theme song*) dalam drama Korea yang *easy listening*. Ini disebabkan karena tim produksi telah menyiapkannya secara sempurna sebelum suatu film di produksi (*shooting*), tim produksi telah menyiapkan *soundtrack* terlebih dahulu. Dan *soundtrack* yang telah siap disebarkan sebelum drama ditayangkan, agar para penonton bisa membayangkan ceritanya terlebih dahulu.

Faktor selanjutnya ialah aktor yang tampan, sudah tentu dengan aktor yang tampan menjadi daya penarik, khususnya bagi penonton wanita. Wajah aktor Korea yang oriental memang sangat berbeda dibandingkan dengan aktor Cina dan Jepang. Faktor budaya yang selanjutnya menjadi daya penarik bagi audiens.

Didapatkan bahwa drama Korea sering menampilkan nilai-nilai budaya Korea dan Asia, seperti kesopanan, penghormatan kepada orang tua, pengabdian pada keluarga, nilai kolektivitas atau kebersamaan, serta nilai kesucian cinta dan pernikahan. Nilai-nilai ini ditampilkan secara unik dalam situasi kehidupan sehari-hari masyarakat Korea modern yang telah mengalami kemajuan teknologi dan ekonomi yang tinggi.

Yang terakhir ialah setting lokasi dan hasil produksi yang berkualitas. Dalam proses produksi drama Korea minimal mereka memerlukan waktu empat bulan. Empat bulan merupakan tahap awal sebelum sebuah cerita dibuat. Tim produksi harus melakukan penelitian dari setiap adegan, karakter aktor dan soundtrack. Setelah itu baru proses shooting dimulai, dan mayoritas penayangannya dilaksanakan setahun kemudian. Dengan proses tersebut, mereka menghasilkan drama Korea yang sempurna.

Adapun kaitan hasil pengumpulan data dengan teori dalam penelitian ini ialah bagaimana peneliti melihat hubungan *melodramatic imagination* seperti yang dikatakan oleh Ian Ang dalam "*Watching Dallas*" (1985), Sikap aktor yang wujud dengan nilai-nilai individualisme, egoisme, patriarki, materialisme dan perbedaan kelas saling terkait dengan konflik, dan adegan dalam cerita digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang dramatis dan menarik.

Menurut responden sebagai audiens drama Korea merasa emosinya tersentuh dan terhanyut ketika melihat adegan yang

bahagia dan sedih. Hal itu dibuktikan dengan hampir semua responden menangis saat melihat adegan yang dramatis.

Dari hasil analisis data juga ditemukan mengenai karakteristik khalayak drama seri korea pada televisi berlangganan yang dapat dilihat pada diri responden. Jenis media ini memiliki karakteristik khalayak yang khas, dimana karakteristik tersebut tidak selalu ditemukan pada khalayak televisi konvensional. Karakteristik tersebut dapat disebut dengan "Penontonan Selektif", yaitu terkait dengan pilihan yang spesifik dari khalayak terhadap program yang ditonton atau akan ditonton.

Dengan karakteristik ini, khalayak secara aktif mencari tahu mengenai jadwal program pilihannya dari berbagai sumber. Karakteristik ini juga mengarahkan khalayak untuk menolak berbagai program yang tidak sesuai dengan preferensi mereka.

Secara lebih jauh, mereka seringkali membatasi waktu menonton televisi dalam kesehariannya, meskipun dalam beberapa kasus pembatasan ini lebih bersifat fleksibel namun khalayak tersebut tetap memilih program-program spesifik yang tidak ingin dilewatkan. Dalam hal ini, responden menjadi khalayak yang spesifik dalam memilih saluran televisi dalam TV berlangganan yang menayangkan program-program yang sesuai dengan preferensi mereka, khususnya drama seri korea *Descendant of the Sun*.

Selanjutnya, responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mereka merupakan tipe "khalayak program" bukan "khalayak televisi". Artinya, responden yang menonton drama seri korea pada televisi berlangganan melakukan penontonan aktif terhadap konten program yang dipilih secara "sadar". Mereka akan meluangkan waktu untuk mengarahkan perhatiannya pada program yang ditonton. Hal ini bertolak belakang dengan tipe "khalayak televisi" yang seringkali

melakukan penontonan secara acak hanya berdasarkan ketertarikannya terhadap program yang secara kebetulan menarik perhatiannya pada waktu dan saat tertentu. Dengan perhatian yang diarahkan secara terfokus pada konten program, maka responden dapat memaknai setiap bagian yang ditampilkan dalam suatu program yang dalam hal ini merupakan drama seri Korea *Descendant of the Sun* dengan lebih kaya, serta menyerap nilai-nilai yang terkandung di dalam program tersebut secara aktif.

Hasil analisis ini kemudian dapat menjawab secara berbeda hasil penelitian yang dikemukakan oleh Goodhardt, Ehrenberg, dan Collins (1975) serta observasi Boggart (1972), yang menyatakan bahwa arah penontonan telah bergerak kearah "televisi sebagai kategori produk" dimana khalayak lebih tertarik kepada televisi sebagai media tanpa memiliki ketertarikan yang spesifik terhadap saluran atau program yang ditayangkan. Sebaliknya, dalam penelitian ini ditunjukkan oleh responden bahwa mereka sebagai khalayak menggunakan televisi berlangganan untuk memilih program dan saluran yang spesifik sebagai suatu *brand* yang dianggap sesuai dengan ketertarikan dan kebutuhannya.

Adapun dari hasil analisis data juga ditemukan mengenai bagaimana responden menggunakan hasil menonton untuk membangun identitas dirinya. Aktivitas menonton program drama seri Korea dalam penelitian ini digunakan sebagai salah satu upaya eksplorasi (*exploration*) yaitu usaha mencari informasi dan pemahaman yang mendalam. Secara spesifik responden menggunakan hasil dari aktivitas menonton tersebut sebagai salah satu cara untuk menggali informasi dan penemuan hal-hal baru yang dapat menjadi referensi mereka dalam membangun identitas diri.

KESIMPULAN

Dalam kajian ini disimpulkan bahwa ketika menonton responden melakukan identifikasi diri kepada salah satu atau beberapa tokoh yang dianggap mencerminkan nilai-nilai positif sebagai rujukannya dalam membangun identitas diri. Penggambaran sosok-sosok dalam tayangan yang ditonton memberikan semacam rujukan bagi para responden untuk membentuk dirinya di masa yang akan datang. Adapun sosok yang dianggap merepresentasikan nilai dan sikap yang positif akan dijadikan referensi untuk bersikap dan berperilaku, sedangkan sebaliknya, sosok dengan nilai yang dianggap negatif akan mengarahkan responden mengenai sikap dan perilaku yang harus dihindari. Hal ini menegaskan bahwa bagaimana aktivitas menonton sangat berkaitan dengan kehidupan sosial para responden.

Adapun suasana emosi (*emotional tone*) yang terbangun melalui aktivitas menonton juga dapat memicu rasa senang, bangga, dan bersemangat pada diri responden saat menggali informasi yang dibutuhkan untuk menyusun identitas dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, Ien. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London and New York: Routledge.
- Bloom, William. 1990. *Personal Identity, National Identity, and International Relation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chon, G. 2001. *Golden Summer*. Asia week, 26 Oktober 46 – 49.
- Chen, K. 2011. "Cruel Temptation" : *A Case Study of a Korean Drama and its Reception in the Singaporean Community*.
- Cing, F., & Yang, I. 2008. *Engaging with Korean Dramas : Discourses of Gender, Media, and Class Formation in Taiwan*.
- Daphne A. Jameson. 2007. *Reconceptualizing Cultural Identities and Its Role in Intercultural Business Communication*.
- Daymon, Christine dan Holloway, Immy. 2007. *Metode-Metode Riset Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Derrida J, and Stiegler B. 2002. *Ethnographies of Television Filmed Interviews*. USA: Blackwell Publishers Inc.
- Ellen Seiter, Hans Borchers, Gabriele Kreutzner, dan Eva-Maria Warth. 1991. *Remote Control, Television, Audiences and Cultural Studies*. London and New York: Routledge.
- Espiritu, F.B. 2011. *Transnational Audience Reception as a Theater of Struggle : Young Filipino Women's Reception of Korean Television Dramas*.
- Livingstone, S. 1998. *Making Sense of Television, the Psychology of Audience Interpretation*. New York : Routledge.
- Gillespie, Marie. 2005. *Media Audiences*. United Kingdom: Open University Press.
- Hall, S. 1992. *The Question of Cultural Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, S. 1980. *Encoding/Decoding*. In Hall, S., Hobson, D., & Willis, P. (Eds.), *Culture, Media, Language*. London and New York: Routledge and Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Harold J. Laski. 1947. *The State in Theory and Practice (New York: The Viking Press)*. Dalam Prof. Miriam

- Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik Edisi Revisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Haryati. 2013. *Local Television in Representation of Cultural Identity*. Bandung: Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika.
- Halkoaho, Jenniina. 2012. *Identity-Related Media Consumption A Focus on Consumers' Relationships with Their Favorite TV Programs*. Universitas Wasseinsis.
- Heo, J. 2002. 'The "Hanryu" Phenomenon and the acceptability of Korean TV dramas in China', *Korean Journal of Broadcasting* 16 (1): 496 – 529.
- Jim Heo, *The "Hanryu" Phenomenon and the acceptability of Korean TV dramas in China*, 2002. *Korean Journal of Broadcasting* 16 (1): 496 – 529.
- Johnson, A., & Kemmit, A. 2010. *Missing The Joke: A Reception Analysis of Satirical Texts*.
- Kim, K.D. 2009. *Television Drama, Narrative Engagement and Audience Buying. The Effect of Winter Sonata in Japan*.
- Lee, S. 2003. 'Seoul Survivor' (Ketahanan Korea) *Straits Times* 8 April.
- Livingstone, S. 1998. *Making Sense of Television, the psychology of audience interpretation*. New York : Routledge.
- Lull, James. 1980. *The Social Uses of Television. Human Communication Research*. Routledge: London and New York.
- McQuail, D. 1997. *Audience analysis*. London: Sage Publication.
- Moore, Shaun. 1995. *Interpreting Audiences "The Ethnography of Media Consumption"*. London: SAGE Publications.
- Morley, David. 1992. *Television, Audiences, and Cultural Studies*. Routledge: London and New York.
- Morley, David. 1986. *Family Televisions, Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia Publishing.
- Morley, David. 1995. *Theories of consumption in media studies*. In D. Miller (Ed.). *Acknowledging consumption*. London & New York: Routledge.
- Morley, D. 1980. *Nationwide Audiences: Structure and Decoding*. BFI Television Monograph. British Film Institute.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Sendjaja, S D., Dkk. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta Pusat: Penerbitan Universitas Terbuka.
- Swanson, dan Delia. 1977. *Communication Yearbook II*. London & New York: Routledge.
- Syed and Hamzah. 2012. *Television Consumption and the Construction of Hybrid Identity among the Female Javanese Descendants in Malaysia*.
- Visser, D. *What hip Asians want: A little bit of seoul; from films to fashion, korean pop culture becomes "kim chic" across continent*. *The Associated Press*. Washington post 10 Mac 2002.
http://seattlepi.nwsource.com/national/56897_pac04.shtml.

Sumber Lain:

Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia, 2008. *Industri budaya kertas putih*. Seoul: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.

<http://www.datacon.co.id/Internet2008Ind%20TVcable.html> (28 November 2015, 21:35)

<http://www.muvila.com/tv/artikel/internet-riuh-bicarakan-drama-descendants-of-the-sun-160229e.html> (dipetik pada 25 April 2016, 13.30).

<http://www.beritasatu.com/ekonomi/178471-persaingan-sengit-di-pasar-tv-berbayar.html> (26 Januari 2016, 20:58)

