

INDUSTRI MEDIA DALAM BUDAYA POPULAR KAJIAN SEMIOTIKA PIERCE PADA DRAMA KOREA SARANGHAE, I LOVE YOU

Venessa Agusta Gogali

Akademi Komunikasi BSI Jakarta

Jl. Kayu Jati 5 No 2, Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur

venessa.vss@bsi.ac.id

ABSTRAK - Fokus penelitian adalah makna dibalik adegan drama korea *Saranghae I Love You*. Adegan syarat dengan strategi komunikasi mempopulerkan budaya Korea. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui representasi makna budaya populer Korea. Representasi dapat mendorong lahirnya interpretasi penonton tayangan drama Korea *Saranghae I Love You*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi semiotika Pierce. Analisis semiologi berdasarkan objek tanda sebagai ikon, simbol, dan indeks. Penelitian juga menggunakan konsep dan teori komunikasi massa sebagai bahan konfirmasi data. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa terdapat makna dibalik adegan drama televisi *Saranghae I love You*. Makna-makna tersebut merepresentasikan tren budaya korea atau budaya populer. Beberapa ikon tren budaya yang dimaksud adalah seting lokasi syuting. Ditemukan bahwa lokasi syuting merepresentasikan minat dan tren budaya dikalangan masyarakat Korea. Ikon lokasi syuting diantaranya Myeong-Dong sebagai ikon pusat perbelanjaan di Korea. Menara Namsan sebagai ikon wisata gembok cinta atau *Love Lock*. Ikon sebagai tren budaya Korea juga terdapat pada *fashion* yang digunakan aktor Jae Hyun dan Ayu.

Kata kunci : budaya populer, industri media, strategi komunikasi, representasi

Abstract - *This research focuses on the meaning behind the Korean movie' drama "Saranghae I Love You". The acts in this movie are full of communication strategy to promote Korean culture. This research has purpose to know the representation of Korean popular cultural meaning. Representation can drive the rise of audience interpretation towards Korean drama "Saranghae I Love You". To gain the data, this research uses qualitative approach with semiotic study from Pierce. Semiology's analysis based on object as icon, symbol, and index. This research also uses concepts and theories of mass communication as confirmation data. The result states that the meaning behind Korean television drama "Saranghae I Love You". Those meanings represent the trend of Korean culture or popular culture. Those icon of cultural trend is the movie's setting. Those locations represent the interest and cultural trend in Korean public. Those icons are Myeong-Dong as icon of Korean shopping center. Namsan Tower as the icon of padlock love tour or love lock. Icon as the trend of Korean culture from fashion used by Jae Hyun and Asyu.*

Keywords: *Popular culture, media industry, communication strategy, representation.*

I. PENDAHULUAN

Budaya populer adalah budaya yang hadir dan menghilang secara tiba-tiba. Budaya menjadi sebuah budaya populer karena adanya kontribusi media massa. Salah satu budaya yang menjadi populer di Indonesia adalah budaya Korea. Beberapa tahun terakhir masyarakat mengalami demam Korea atau *Korean Wave*. Berbagai perilaku masyarakat berkiblat pada budaya Korea. Misalnya, gaya hidup; cara berpakaian, model rambut dan gaya berbicara. Bahkan budaya Korea juga dapat merubah hobi dan orientasi hidup seseorang.

Budaya populer Korea memang sangat melekat di Indonesia. Hadirnya komunitas atau perkumpulan pencinta budaya Korea di tengah-tengah masyarakat merupakan sebuah bukti. Dahsyatnya budaya Korea merubah perilaku

komunikasi masyarakat. Perubahan tersebut terjadi karena setiap individu saat ini mendapatkan fasilitas untuk mengetahui dan mempelajari budaya Korea. Fasilitas yang dimaksud adalah kehadiran media massa. Fenomena media konvergen tidak dapat dipungkiri sangat membantu kemudahan akses mendapatkan informasi budaya Korea. Media-media konvensional seperti surat kabar, televisi, dan radio saat ini terhubung dengan teknologi internet. Teknologi internet dimanfaatkan sebagai media industri budaya populer Korea.

Fenomena tren K-Pop merupakan bukti bahwa masyarakat sedang mengalami gelombang korea *korean wave* atau yang lebih dikenal dengan sebutan Hallyu. Istilah-istilah tersebut mengacu pada makna tentang pengaruh budaya modern Korea di negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Istilah-istilah tersebut bukanlah hal yang asing lagi didengar saat ini. Karena berbagai media

massa dan masyarakat di dunia tengah memperhatikan, dan membicarakan fenomena K-Pop. Tanpa disadari mereka menjadi bagian dari korban industri media.

Merebaknya *Korean Wave* di negara-negara di dunia, menunjukkan adanya aliran budaya populer dari Korea ke negara-negara tetangga. Terlepas dari dampak panjang yang akan terus berlanjut, *Korean Wave* memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern. Pada saat situasi dunia tanpa jeda informasi, Korea berhasil memanfaatkan situasi untuk menjejalkan pengaruhnya di seluruh dunia. Pengaruh Korea berupa penyebaran budaya populer salah satunya melalui film. Media yang menjadi kepanjangan tangan kepentingan Korea adalah televisi. Media televisi sebagai media massa tentu saja berkontribusi sangat masif dalam mengkonstruksi budaya populer Korea di Indonesia.

Salah satu televisi di Indonesia yang ikut mengkonstruksi budaya Korea adalah Indosiar. Program yang ditayangkan adalah *Saranghae, I Love You*. Pada penelitian ini fokus menganalisis episode ke-28 dari drama tersebut. Media televisi memanfaatkan trend Korea sebagai bahan komodifikasi program televisi. Segala sesuatu yang menjadi trend dan fenomenal seringkali menjadi bahan utama bagi insan pertelevisian untuk dijadikan suatu karya yang komersil. Televisi dengan karakter audiovisual merupakan media yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan nilai-nilai konsumtif. Fenomena ini pula yang menjadi dasar asumsi bahwa media adalah industri. Media memiliki kepentingan “laba” untuk setiap program yang ditayangkan.

Drama “*Saranghae, I Love You*” menceritakan tentang Kim Young Min (Tim Hwang), seorang penyanyi ternama di Korea. Kim Young Min pergi ke Indonesia untuk menyelesaikan kesalahpahaman antara ayah dan ibunya. Misinya adalah untuk memecahkan kasus kematian ibunya yang terjadi di Bali. Dalam proses pencarian inilah ia bertemu dengan Ayu (Revalina S. Temat). Ayu merupakan gadis Bali yang berhasil merebut hatinya. Akan tetapi yang menjadi hal menarik adalah pemilihan tempat syuting. Syuting dilakukan di dua negara Indonesia dan Korea. Terdapat beberapa adegan dengan latar keindahan *landscape* dan kebudayaan Korea. Pemilihan seting lokasi syuting dinilai sebagai salah satu strategi Korea untuk mempopulerkan budayanya di Indonesia.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, penulis mengambil fokus kajian pada makna dibalik objek adegan film *Saranghae, I Love You*. Adegan yang mengandung unsur representasi budaya Korea melalui seting lokasi syuting dan gaya berpakaian.

II. KAJIAN LITERATUR

2.1 Komunikasi massa

Wright menjelaskan bahwa komunikasi massa sebagai bentuk baru komunikasi, dapat dibedakan melalui karakteristik utama seperti jumlah khalayak yang relatif besar, heterogen, dan anonim. Pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar (Rakhmat 2011 : 186-187). Dengan kata lain komunikasi massa sangat berpengaruh terhadap khalayak umum. Komunikasi massa juga memiliki fungsi sebagai proses penyebaran pesan atau informasi kepada publik melalui media massa.

2.2 Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Menurut Moeliono televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi atau suara melalui kabel atau melalui angkasa. Bunyi dan suara tersebut dapat mengubah cahaya gambar dan bunyi menjadi gelombang listrik. Gelombang yang dapat mengubah kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi dapat di dengar. (Lamintang, 2013:23). Dari penjelasan Meoliono, penulis memahami bahwa televisi adalah sistem penyiaran yang disertai dengan gambar suatu objek yang bergerak. Objek tersebut disertai dengan bunyi melalui perantara kabel, sehingga menghasilkan objek yang dapat dilihat dan didengar.

Televisi sebagai media komunikasi massa pada umumnya berfungsi untuk memberikan informasi, mendidik, dan mempengaruhi khalayak. Acara televisi yang berkualitas juga membantu untuk meningkatkan kemampuan kognitif dan afektif khalayak. Televisi juga dapat berperan sebagai pembentuk opini publik, dan alat kontrol sosial. Televisi dinilai efektif mempengaruhi khalayak karena sajian audiovisual.

2.3 Drama Televisi

Naratama menyebut drama dengan istilah fiksi. Drama adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui proses imajinasi kreatif. (Naratama, 2006:65). Imajinasi diangkat dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang. Format yang digunakan merupakan interpretasi kisah kehidupan yang diwujudkan dalam suatu runtutan cerita dalam sejumlah adegan. Adegan-adegan tersebut akan mengabungkan antara realitas kenyataan hidup secara fiksi atau imajinasi khayalan para kreatornya. Contoh drama fiksi yaitu drama percintaan, tragedi, horor, komedi, legenda, aksi, dan sebagainya.

Unsur-unsur yang terdapat di dalam drama yang membuat drama tersebut menjadi mudah untuk dipelajari. Drama juga dinilai sebagai taktik dalam menyampaikan pesan komunikasi dibalut hiburan. Pada drama televisi *Saranghae, I love you* menghadirkan pesan melalui wujud dari unsur pembentuk drama televisi yaitu unsur naratif, dan sinematik. Unsur tersebut meliputi latar belakang setting drama, dan fenomena yang sedang terjadi.

2.4 Tren Korea Melalui Drama Televisi

Sebuah budaya yang menjadi tren karena diikuti atau disukai banyak orang. Budaya yang sedang tren berpotensi menjadi budaya populer. Sebuah budaya populer mudah dinikmati dan diadopsi oleh khalayak. Kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu, seperti pementasan mega bintang, kendaraan pribadi, *fashion*, model rumah, perawatan tubuh, dan semacamnya. Menurut Ben Agger sebuah budaya yang akan memasuki dunia hiburan, maka budaya itu umumnya mendapatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Budaya tersebut akan memperoleh kekuatannya ketika media massa di gunakan sebagai *by press* penyebaran pengaruh di masyarakat. (Bungin, 2006:100). Budaya populer juga menjadi bagian dari budaya elite dalam masyarakat. Budaya populer dapat menjadi tren apabila tren tersebut diikuti dan disukai oleh khalayak. Salah satu budaya yang sedang populer adalah tren korea yang saat ini menjadi fenomena melalui drama televisi.

2.5 Semiotika

Sobur mendefinisikan semiotika sebagai suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika—atau dalam istilah Barthes, semiologi—pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan memaknai suatu realitas. Memaknai dalam hal ini tidak dapat dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Sobur, 2009:15).

Semiotika merupakan ilmu yang membahas tentang tanda. Terbentuk dari sistem tanda yang terdiri dari penanda dan petanda. Bahasa adalah bentuk yang paling mencolok dari produksi tanda. Eco, menjelaskan istilah semiotika secara etimologis berasal dari kata Yunani *semeion*, berarti “ tanda”. Tanda didefinisikan sebagai sesuatu yang terbangun sebelumnya, dapat mewakili sesuatu yang lain. Dan secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas obyek-

obyek, peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Sobur, 2009:12).

Penulisan artikel ini mencoba untuk memproduksi tanda dari adegan film. Setiap adegan dapat mewakili tanda lainnya. Misalnya, adegan Jae Hyun memperkenalkan tempat wisata terkenal di Korea Selatan kepada Ayu. Adegan tersebut mewakili makna lain bahwa tempat wisata tersebut menjadi tren dikalangan masyarakat Korea. Demikian pula adegan-adegan lainnya yang syarat akan strategi memperkenalkan budaya di Korea Selatan.

2.6 Semiotika Charles Sanders Peirce

Pierce terkenal karena teori tandanya. Bagi peirce, tanda *is something which stands to somebody for something in some respect or capacity*. Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh peirce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*Sign* atau *representamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*. Atas dasar hubungan ini, Pierce mengadakan klasifikasi tanda.

Berdasarkan objeknya, Pierce membagi tanda atas ikon, indeks, dan simbol (Sobur, 2009 : 41-42). **Ikon** adalah tanda yang hubungan antara penanda atau petanda bersifat bersamaan bentuk alamiah. Ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan; mislanya, potret dan peta. **Indeks** adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat. Contoh yang paling jelas ialah asap sebagai tandanya api . Tanda dapat pula mengacu ke denotatum melalui konvensi. Tanda dapat pula mengacu kepada konvensional yang biasa disebut simbol. **Simbol** adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antaran penanda dan petandanya. Hubungan diantaranya bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi atau perjanjian masyarakat. Dengan menggunakan analisis semotika Pierce penulis akan menggali makna tanda ikon, indeks dan simbol dalam drama televisi *Saranghae, I Love You*.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi. Kualitatif melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya di dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen (Moleong 2006 :5). Penelitian ini juga menggunakan studi semiotika Pierce. Semiotika sebuah ilmu yang mengkaji tanda-tanda yang ada di dalam suatu obyek. Pada penelitian ini obyek yang dikaji adalah budaya populer Korea. Budaya

yang diperkenalkan melalui drama televisi *Saranghae, I love you*.

Jenis data yang digunakan adalah jenis data primer. Data yang dimaksud adalah data yang didapatkan dari analisa terkait drama televisi *Saranghae, I Love You*. Data tersebut berupa sinopsis terdiri dari (1) sinopsis drama televisi *Saranghae, I love you* episode 28. Melalui sinopsis, penulis menganalisa cerita yang ditonjolkan dalam drama televisi tersebut. (2) mengambil potongan drama televisi *Saranghae, I Love You* episode 28 dari youtube. (3) menggunakan potongan drama televisi *Saranghae, I Love You* episode 28 dari youtube. (4) review media cetak dan elektronik atas drama televisi *Saranghae, I love you*. Review drama televisi ini digunakan penulis untuk melengkapi data primer.

Tahapan setelah data diperoleh, penulis melakukan analisis data. Analisis menggunakan pendekatan studi semiotika Pierce. Analisis yang menekankan pada tanda sebagai ikon, indeks dan simbol. Menurut mukhtar analisis data adalah proses mengolah, memisahkan, mengelompokan, dan memadukan sejumlah data yang dikumpulkan di lapangan. Kumpulan data dibuat secara terstruktur dan sistematis sehingga mempermudah dalam membuat laporan penelitian. (Mukhtar, 2013:120).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Ikon Pada Adegan Drama *Saranghae*

Dalam teori semiotik Pierce dijelaskan tentang makna ikon, simbol dan indeks. Penulis menggunakan ikon sebagai salah satu analisis terhadap temuan penelitian. Pada drama *Saranghae, I Love You*, terdapat adegan dan setingan lokasi syuting yang menandakan ikon dari tren korea.



Gambar 1. Adegan Jae Hyun dan Ayu

Pada gambar 1 scene digambarkan pertemuan Ayu dan Jae Hyun. Pertemuan tanpa direncanakan tersebut berakhir pada sebuah perkenalan. Jae Hyun menawarkan kepada Ayu untuk mengelilingi Korea. Ayu diajak kesalah satu tempat yang paling terkenal di Korea yaitu *Myeong-Dong*. Tempat tersebut merupakan Ikon pusat perbelanjaan di Korea. Ikon sebagai seting lokasi syuting secara tidak langsung mengandung interpretasi bahwa di Korea terdapat tempat sebagai kunjungan wisata berupa pusat perbelanjaan yang sangat terkenal. Ikon pusat perbelanjaan *Myeong-*

Dong menjadi representasi atau acuan terhadap objek yang sama atau memiliki kemiripan. Sobur menjelaskan bahwa ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat alamiah. Ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. (Sobur, 2009:41).

Drama televisi *Saranghae* sengaja menonjolkan lokasi syuting yang masih trend di Korea. Ikon tersebut dipilih agar lokasi tersebut menjadi bahan konstruksi dari setiap representasi. Temuan selanjutnya terdapat pada adegan Jae Hyun memperkenalkan tempat wisata yang terkenal di Korea Selatan kepada Ayu.



Gambar 2. Adegan Jae Hyun dan Ayu

Semua gambaran adegan pada gambar 1 dan 2, tanda ikon dalam semua scene, memiliki kesamaan yang mutlak yaitu memperkenalkan tujuan tempat wisata yang ada di korea, seperti pusat perbelanjaan terkenal yaitu *Myeong-Dong* dan *Namsan Tower*. Seting lokasi yang dipilih merepresentasikan Ikon Negara gingseng, Korea Selatan.

4.2 Simbol Pada Adegan Drama *Saranghae*

Simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dan petandanya. Hubungan diantaranya bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat. (Sobur, 2009:41).

Simbol sebagai tanda yang mengandung makna bersama atau makna yang telah disepakati oleh masyarakat Korea adalah tradisi *Love Lock*. Tradisi ini dilakukan di atas Menara Namsan. Pasangan muda –mudi meyakini cinta mereka akan abadi dengan memasang gembong disalah satu pagar menara. Gembok tersebut dikunci sebagai simbol kekuatan cinta mereka. Demikian pula yang digambarkan pada salah satu seting lokasi syuting drama Korea *Saranghae-I Love You*. Jae Hyun dan Ayu melakukan ritual tersebut dengan harapan yang sama.

Ayu dan Jae Hyun melakukan adegan di atas puncak menara. Mereka memasang gembok cinta di sekitar pagar menara. Simbol lain yang ditemukan pada *Love Lock* adalah ritual membuang kunci gembok. Ritual tersebut sebagai simbol pengharapan agar cinta mereka selalu bersama. Simbol-simbol yang digambarkan pada setiap adegan mempertegas tren budaya yang ada di Korea. Tren tersebut menjadi tradisi warga asli Korea dan warga asing yang berkunjung. Simbol

dan Ikon pada film *Saranghae* divisualisasikan melalui gambar sebagai bentuk komunikasi non-verbal.



Gambar 3. Love Lock

Love Lock sebagai simbol yang sudah membudaya di Korea. *Love Lock* menjadi salah satu tujuan wisatawan dalam dan luar negeri. *Love Lock* yang telah menjadi trend di Korea, sehingga menjadi alasan dipilihnya tempat tersebut sebagai salah satu lokasi syuting.

Seting tempat syuting mulai dari *Myeong-Dong* hingga dipuncak *Namsan Tower* bukanlah dilakukan secara kebetulan. Akan tetapi penetapan lokasi syuting berdasarkan pertimbangan unsur pembuatan film. Unsur film meliputi naratif dan sinematik. Pratista (2008) menegaskan bahwa pemilihan lokasi syuting merupakan salah satu *treatment* dalam unsur naratif.

V. KESIMPULAN

Ikon dan simbol yang digambarkan pada film *Saranghae-I Love You* tidak hanya sekedar merepresentasikan cerita tentang percintaan antara gadis Indonesia dengan pemuda Korea. Ikon dan simbol yang dikemas dalam bentuk drama, secara tidak langsung mengandung interpretasi bahwa Korea memiliki banyak budaya. Hal itu divisualisasikan melalui seting lokasi syuting yang mengambil latar tempat wisata di Korea. Tempat wisata yang menjadi ikon budaya populer di Korea.

Ikon dan simbol pada adegan Ayu dan Jae Hyun juga mengandung makna bahwa Korea membangun strategi promosi. Strategi melalui unsur naratif berupa lokasi syuting dan pemilihan aktor Korea. Ikon dan simbol juga berkontribusi terhadap tren budaya Korea atau budaya populer Korea. Indosiar sebagai ikon media industri yaitu media yang berkontribusi terhadap berkembangnya budaya Korea di Indonesia. Di sisi lain, ikon dan simbol juga mengandung makna tentang saling mengenal budaya masing-masing negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchajana. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Bungin, H.M Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. PT. Kencana Prenada Media Group.
- Lumintang, Franciscus Theojunior. (2013). *Pengantar Ilmu Broadcasting Dan Cinematography*. PT. In Media. Jakarta
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi Dengan Single Dan Multi Camera*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Piliang, Amir Yasraf. (2012). *Semiotika Dan Hipersemiotika* PT. Matahari. Jakarta
- Prasista, Himawan. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta : Homerian Pustaka.
- Sutisno. (1993). *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi Dan Video*. PT Gramedia. Jakarta
- Sobur, Alex .(2009). *Semiotika Komunikasi*

BIODATA PENULIS

Tentang Penulis : Venessa Agusta Gogali kelahiran Depok, 29 agustus 1989 bekerja dibidang pendidikan Akademi BSI bidang penyiaran sebagai pengajar dimulai tahun 2012 hingga sekarang, penulis juga menjadi salah satu bagian tim BSI Radio sebagai Penyiar dan *Music Director*. Penulis aktif juga mengeluti film pendek menjadi penulis naskah atau pun bidang lainnya.